

26
mei

2015

AFSTUDEERSCHRIPTIE SASCHA ROOS

‘Je bent wat je uitstraalt’

Onderzoek naar imago en identiteit van het Prinses Beatrix
Spierfonds onder de donateurs en de comitéleden



‘Je bent wat je uitstraalt’

Onderzoek naar imago en identiteit van het Prinses Beatrix
Spierfonds onder de donateurs en de comitéleden

Auteur:

Sascha Roos
S1071246
COM4C
2014-2015
Bachelor Communicatie
Afstudeerscriptie
Hogeschool Leiden

Opdrachtgever:

Prinses Beatrix Spierfonds
Sonja van der Velden
Communicatieadviseur
Javastraat 86, 2585 AS Den Haag

Begeleider school:

Hogeschool Leiden
Martien Schriemer
Scriptieverantwoordelijke
Zernikedreef 11, 2333 CK Leiden

Beoordelaars:

Eerste lezer: Giovanna van Gaalen
Tweede lezer: Marieke Zweekhorst

Den Haag, 26 mei 2015
Versie 1

SAMENVATTING

In 2012 heeft het Prinses Beatrix Fonds haar naam veranderd in Prinses Beatrix Spierfonds. Daarnaast heeft het fonds een nieuw logo, huisstijl en nieuwe ambassadeurs gekregen. Het fonds is hard aan de weg aan het timmeren om meer zichtbaar te zijn in Nederland. Nu is de vraag van het fonds of ze daadwerkelijk meer zichtbaar is in Nederland. Voor het fonds is het belangrijk om van binnen naar buiten te communiceren. Als alle stakeholders van het fonds positief zijn over het fonds, dan zullen ze dat hoogstwaarschijnlijk uitdragen naar de rest van Nederland. Het is daarom belangrijk om te kijken wat de stakeholders van het fonds vinden. Om dit te achterhalen is er aan Sascha Roos, vierdejaars Communicatiestudent, gevraagd om een onderzoek uit te voeren. De probleemstelling van dit onderzoek luidt als volgt: *‘Wat is na de naamsverandering in 2012 het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de donateurs en de comitésleden?’*

De doelstelling van dit onderzoek is: *‘Inzicht geven in het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de stakeholders donateurs en comitésleden, teneinde de resultaten te delen met het fonds of de gewenste identiteit van het Prinses Beatrix Spierfonds daadwerkelijk overkomt op de donateurs en de comitésleden.’* Stapsgewijs gaat het fonds alle stakeholders af om hun mening te vragen. Voor dit onderzoek zijn de donateurs en comitésleden in kaart gebracht. Hiervoor is gekozen, omdat deze beide groepen geld binnenhalen voor het fonds en dichtbij het fonds staan. De donateurs bestaan uit twee groepen: de losse gift donateurs en de vaste donateurs. Voor dit interview zijn er twaalf respondenten geïnterviewd: vier comitésleden, vier vaste donateurs en vier losse gift donateurs.

Na de deskresearch heeft er kwalitatief onderzoek plaatsgevonden aan de hand van face-to-face interviews met de twaalf respondenten. Er is een topic guide aangehouden aan de hand van het model van het Duitse auteurs duo Birkigt en Stadler (1986). In de topic guide komen de volgende onderwerpen aan bod: naamsbekendheid, introductievragen, communicatie, symbolen, persoonlijkheid en gedrag.

Aan de hand van het corporate identity model van Birkigt en Stadler (1986) zijn er drie hypothesen opgesteld die getoetst zijn tijdens dit onderzoek. Hypothese 1 luidt als volgt: *‘Als de factoren communicatie, symbolen en gedrag en daarmee persoonlijkheid worden overgebracht op de stakeholders van het fonds, dan kan de gewenste identiteit worden bereikt.’* Hypothese 2 stelt het volgende: *‘Om de identiteit van de organisatie intern en extern geaccepteerd te krijgen, moet een organisatie via de drie elementen van de corporate of organisatie-identiteitsmix (CI-mix) een beleid voeren.’* Als laatste toetst hypothese 3 het volgende: *‘Als het imago en de identiteit van de organisatie overeenkomen, dan draagt dit bij aan de betrokkenheid van de stakeholders.’* Deze hypothesen zijn later aan de hand van de resultaten bevestigd of verworpen.

Op basis van de resultaten is geconcludeerd dat de losse gift donateurs vrij weinig van het fonds weten. Ze horen of zien niets van het fonds. De vaste donateurs verschillen van mening. Zij geven aan weinig van het fonds te horen of zien, maar ze zijn wel positief over het fonds. De comitésleden hebben wat meer gehoord of gezien van het fonds, maar zij merken aan de deuren bij het collecteren dat het fonds niet bekend genoeg is. Het is opvallend dat hoe meer de respondenten betrokken zijn, hoe positiever zij zijn over het fonds.

De opdrachtnemer adviseert het fonds om de samenwerking met andere fondsen meer naar buiten te communiceren. Daarnaast dient het fonds te zorgen dat er meer collectanten, comitésleden en donateurs bij het fonds komen. Tevens moet het fonds zichzelf meer laten zien en zorgen dat de website vaker wordt gecommuniceerd. Daarnaast is het aanbevelingswaardig om meer op de website te communiceren, zoals een tijdlijn met de onderzoeken, de resultaten van onderzoeken en een kopje met *‘Wie zijn wij’*. Het fonds dient de kernwaarden vaker in de brieven, Spierkrant en op de website te communiceren. Tot slot dient het fonds meer initiatief te tonen bij andere partijen, zoals sportverenigingen, supermarkten en bij scholen. Met deze partijen kan een mooie samenwerking ontstaan.

VOORWOORD

Met dit onderzoek sluit ik mijn vierjarige bachelor Communicatie aan de Hogeschool Leiden af. Hierna ga ik verder met een specialisatie tijdens mijn master Communicatiewetenschap aan de Vrije Universiteit van Amsterdam. Aan het begin van mijn scriptie wist ik dat het veel werk zou zijn en zwaar zou worden. Het vele werk is uiteindelijk bevestigd, maar het zware gedeelte viel mij mee. Ik heb vooral het houden van de interviews als iets ontzettend leuks en leerzaams ervaren. Vanuit het Prinses Beatrix Spierfonds heb ik veel hulp en positiviteit mogen ontvangen. Dit heeft mij goed gedaan en ik ben trots op het eindresultaat.

Om mijn onderzoek gerealiseerd te hebben gekregen wil ik graag mijn afstudeerbegeleidster Sonja van der Velden vanuit het Prinses Beatrix Spierfonds bedanken. Zij heeft mij een ontzettend goed gevoel gegeven tijdens het schrijven mijn scriptie en altijd met mij meegedacht en tijd vrijgemaakt. Zelfs toen ik een andere richting voor mijn scriptie moest opgaan, heb ik Sonja altijd positief gezien. Vanaf het begin heb ik het gevoel gehad dat alle collega's open stonden voor vragen en het geven van feedback. Mijn dank gaat ook uit naar Jeroen, Joanna en Liselotte. Jeroen en Joanna hebben in het bijzonder met mij gekeken naar de vragenlijst en geholpen bij het vinden van de respondenten. De donateurs vallen onder Jeroen en de comitésleden onder Joanna. Verder wil ik de rest van medewerkers van het Prinses Beatrix Spierfonds bedanken voor hun vriendelijkheid, interesse en medewerking gedurende mijn stage.

Daarnaast wil ik graag vanuit de Hogeschool mijn afstudeerbegeleider Martien Schriemer bedanken voor zijn inzichten en feedback die hij de afgelopen vijf maanden heeft gegeven. De interesse en het meedenken van Martien Schriemer tijdens de afstudeersessies hebben mij zeker gemotiveerd en nieuwe inzichten gegeven. Ook Nynke Wiekenkamp wil ik bedanken voor het geven van feedback op mijn tussentijdse theoretische kader.

Verder wil ik graag medestudenten bedanken, waarmee ik goed contact heb gehad de afgelopen vier jaar. Doordat wij veel contact hebben gehad onderling, hebben we elkaar ook veel geholpen. Er zijn diverse vragen gesteld en beantwoord en er zijn tips gegeven aan elkaar.

Als laatste wil ik mijn familie bedanken die begrip hebben getoond en met mij hebben meegedacht zodra ik een vraag had aan ze.

Hartelijk dank allemaal!

Den Haag, 23 mei

INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk 1. Inleiding	1
Hoofdstuk 2. Situatieanalyse	2
§2.1 Missie	2
§2.2 Visie	2
§2.3 Merkwaarden	2
§2.4 Doelgroep	2
§2.5 Stakeholders	3
§2.6 Structuur	3
§2.7 Communicatiemiddelen	3
§2.8 Marketingdoelstellingen	3
§2.9 SWOT-analyse	4
§2.10 Collega-fondsen	4
§2.11 Donatiegedrag	4
§2.11.1 Uitleg donaties	5
§2.11.2 Tabellen	6
Hoofdstuk 3. Probleemformulering	8
§3.1 Aanleiding	8
§3.2 Probleemstelling	8
§3.3 Doelstelling	8
§3.4 Deelvragen	9
§3.5 Doelgroep	9
§3.6 Grenzen onderzoek	9
Hoofdstuk 4. Theoretisch kader	10
§4.1 Toelichting begrippen probleemstelling en doelstelling	10
§4.1.1 Identiteit	10
§4.1.2 Imago	11
§4.1.3 Relatie tussen identiteit en imago	12
§4.1.4 Verschil tussen reputatie en imago	12
§4.2 Theorieën, onderzoeken en publicaties	13
§4.3 De theorie en het conceptueel model	14
§4.3.1 Verantwoording keuze model	14
§4.3.2 Conceptueel model	15
§4.4 Kritisch review	16
§4.5 Hypotheses	16
Hoofdstuk 5. Methodologie	18
§5.1 Methode	18
§5.1.1 Deskresearch en fieldresearch	18
§5.1.2 Selectie	19
§5.1.3 Gesprekstechnieken	20
§5.1.4 Meetinstrumenten	20
§5.1.5 Onderzoeklocatie	21
§5.1.6 Benadering	21
§5.2 Datacollectie	22
§5.3 Operationalisatie	22
Hoofdstuk 6. Resultaten	23
§6.1 Beschrijving interviews	23
§6.2 Beantwoording deelvragen	23
§6.2.1 Deelvraag 1	23
§6.2.2 Deelvraag 2	23
§6.2.3 Deelvraag 3	26
§6.2.4 Deelvraag 4	29
Hoofdstuk 7. Conclusies	31
§7.1 Samenvatting deelvragen	31
§7.2 Conclusie	31
§7.3 Hypotheses	32
§7.4 Probleemstelling	33

Hoofdstuk 8. Aanbevelingen.....	34
§8.1 Doelstelling	34
§8.2 Aanbeveling per onderwerp	34
Hoofdstuk 9. Implementatieplan	38
Hoofdstuk 10. Discussie	43
§10.1 Sterke punten	43
§10.2 Zwakke punten	43
Literatuurlijst	44
 Bijlagen.....	 46
Bijlage I. Topic guide	46
Bijlage II. Toonmateriaal	52
Bijlage III. Toelichting topic guide	54
Bijlage IV. Modellen	55
Bijlage V. Respondentschema's	58
Bijlage VI. Verbatims.....	59
Bijlage VII. Analyseschema's	97
Bijlage VIII. Stakeholders	110
Bijlage IX. Voorbeelden aanbeveling	113
Bijlage X. Logboek	114

HOOFDSTUK 1. INLEIDING

In 1956 woedde een ernstige polio-epidemie in Nederland. Een vaccin was nog niet voorhanden en 2.200 mensen, grotendeels kinderen, kregen te maken met blijvende spierzwakte en verlamming. Er was dringend behoefte om geld in te zamelen voor de revalidatie van de slachtoffers en voor wetenschappelijk onderzoek om de ziekte te bestrijden. Daarom is in 1956 het Fonds ter bestrijding van Kinderverlamming opgericht. Dankzij de beschikbaarheid van een vaccin is polio tegenwoordig onder controle. Nu werkt het fonds hard om ook andere spierziekten te overwinnen, zoals de ziekte van Duchenne, ALS en SMA. In 1957 is kroonprinses Beatrix aan het fonds verbonden als beschermvrouwe ter bestrijding van Kinderverlamming. Hierdoor veranderde de naam in Prinses Beatrix Fonds (Prinses Beatrix Spierfonds, 2015).

Sinds polio onder controle is, zet het fonds zich ook in voor mensen met een andere spierziekte of bewegingsstoornis. Onder bewegingsstoornissen vallen onder andere Parkinson, MS en Huntington. Al ruim 30 jaar worstelde het Prinses Beatrix Fonds met de vraag waar ze voor stonden. Dit zorgde voor verwarring en versnippering bij het brede publiek. Voor de fondsenwerving hielp het niet mee dat het niet duidelijk was waar het fonds voor stond. Daarnaast kon het fonds op het gebied van wetenschappelijk onderzoek slechts in geringe mate ondersteunen. Daarom besloot het fonds in 2012 om zich op spierziekten te richten en de komende vijf jaar de bewegingsstoornissen nog te helpen.

Doordat het fonds zich in 2012 alleen nog richtte op spierziekten, heeft het fonds een naamsverandering ondergaan. Ze hebben de naam Prinses Beatrix Fonds veranderd naar Prinses Beatrix Spierfonds. Door deze naamsverandering moest er meer duidelijkheid komen dat het fonds voor spierziekten staat. Het fonds heeft een nieuwe huisstijl gekregen, nieuwe jonge ambassadeurs aangetrokken en ze hebben hard aan de weg getimmerd om meer zichtbaar te zijn in Nederland.

Het fonds wil nu graag weten of zij drie jaar na de naamsverandering meer zichtbaar zijn en of de stakeholders van het Prinses Beatrix Spierfonds nu wel weten waar ze voor staan. Het is voor het fonds belangrijk dat alle stakeholders een goed imago hebben van het fonds, om dit zo over te brengen aan de rest van Nederland. Vandaar dat het Prinses Beatrix Spierfonds aan Sascha Roos, vierdejaars Communicatiestudent aan de Hogeschool Leiden, vraagt of zij een onderzoek wil uitvoeren. De probleemstelling van het onderzoek luidt als volgt: *‘Wat is na de naamsverandering in 2012 het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de donateurs en de comitéleden?’*

Dit onderzoek bestaat uit tien hoofdstukken. Het eerste en tweede hoofdstuk is de inleiding en de situatieanalyse. In het derde hoofdstuk is de probleemformulering uiteengezet. Hier is onder andere de probleemstelling, het doel en de doelgroep van het onderzoek toegelicht. Daarna komt het theoretisch kader en de deskresearch aan bod, die de basis van het onderzoek vormen. Vervolgens is de methode van het onderzoek toegelicht en verantwoord in het hoofdstuk methodologie. In het zesde hoofdstuk zijn de resultaten terug te vinden. In het zevende en achtste hoofdstuk zijn de conclusies en aanbevelingen uiteengezet. En in het negende hoofdstuk is het implementatieplan te vinden. Het laatste geeft een discussie weer.

HOOFDSTUK 2. SITUATIEANALYSE

In dit hoofdstuk is een interne analyse van het fonds terug te vinden. Zo zijn de missie (§2.1), visie (§2.2), merkwaarden (§2.3), doelgroepen (§2.4), stakeholders (§2.5) en structuur (§2.6) van het fonds weergegeven. Ook komen de communicatiemiddelen (§2.7) en marketingdoelstellingen (§2.8), SWOT-analyse (§2.9) collega fondsen (§2.10) en het donatiegedrag (§2.11) aan bod.

De interne analyse is gebaseerd op het 7S model van McKinsey (1981). Dit model is terug te vinden in bijlage IV (p.55). De 7S-en bestaan uit; structuur, systemen, managementstijl, personeel, sleutelvaardigheden, strategie en gedeelde waarde. Het systeem is ontworpen om aan de hand van zeven vaste factoren de prestaties van een onderneming te kunnen analyseren. Het model is functioneel om de sterkte en zwakte van een organisatie te achterhalen.

§2.1 MISSIE

‘Het Prinses Beatrix Spierfonds is de financiële motor in de strijd tegen spierziekten. Het is de sturende en stuwende kracht achter wetenschappelijk onderzoek en ondersteuning van patiënten. In Nederland hebben ruim 200.000 mensen een spierziekte. Om alle spierziekten de wereld uit te krijgen, is nog veel wetenschappelijk onderzoek nodig. Het fonds richt zich niet alleen op onderzoek naar genezing, vaak een lange weg, maar ook op manieren om de kwaliteit van leven nu te verhogen. Vele vrijwilligers en donateurs maken dit alles mede mogelijk met hun giften en niet aflatende inzet’ (Prinses Beatrix Spierfonds, 2012).

§2.2 VISIE

De visie van het Prinses Beatrix Spierfonds is: ‘Spierziekten de wereld uit door wetenschappelijk onderzoek’ (Prinses Beatrix Spierfonds, 2012).

§2.3 MERKWAARDEN

De merkwaarden bepalen het referentiekader waarbinnen medewerkers van het Prinses Beatrix Spierfonds denken en handelen. Ook verwoorden ze hoe het fonds gezien wil worden. Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft vier merkwaarden: deskundig, transparant, innovatief en actieve samenwerking. De actieve samenwerking geeft het fonds op de website aan als 1+1=3.

Deskundig

Het Prinses Beatrix Spierfonds stimuleert en stuurt wetenschappelijk onderzoek naar spierziekten. Daarvoor vraagt het fonds inzet, vertrouwen en geld van iedere Nederlander. Dit kan het fonds doen, omdat het fonds de autoriteit is op haar gebied. Het Prinses Beatrix Spierfonds weet waar het om gaat op financieel, academisch, organisatorisch en op menselijk niveau. Het fonds houdt alle ontwikkelingen bij, van universitaire studies tot en met de dagelijkse praktijk van het leven met een spierziekte.

Transparant

Het fonds zet zich in voor de ruim 200.000 mensen in Nederland die een spierziekte hebben. Dat doet het fonds eerlijk, kostenefficiënt en in alle openheid. Het fonds is dit verplicht aan iedereen.

Innovatief

Om spierziekten de wereld uit te krijgen moet het fonds onderzoeken, nieuwsgierig zijn, lef hebben en experimenteren. Het fonds kijkt altijd hoe het beter kan, zonder weg te gooien wat goed is. Het Prinses Beatrix Spierfonds denkt in kansen, creëert de eigen aanpak en verrast met nieuwe ideeën.

Actieve samenwerking

Het fonds staat achter het idee: ‘Wat je deelt wordt meer of beter, makkelijker en mooier’. Daarom zoeken ze altijd actief de samenwerking op met wetenschappers, individuele patiënten, patiëntenvereniging Spierziekten Nederland, collega-fondsen, vrijwilligers, donateurs, pers en publiek. Zodat al die kennis, middelen, creativiteit en ervaring elkaar versterken (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).

§2.4 DOELGROEP

Transparantie is één van de belangrijkste waarden van het Prinses Beatrix Spierfonds. Ze zijn helder over wat ze doen en hoe ze dat doen, in al de contacten en met al de doelgroepen. De volgende doelgroepen zijn in het jaarverslag van 2014 geformuleerd: vrijwilligers, donateurs, mensen met spierziekten, wetenschappers, collega-fondsen en Nederland (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).

§2.5 STAKEHOLDERS

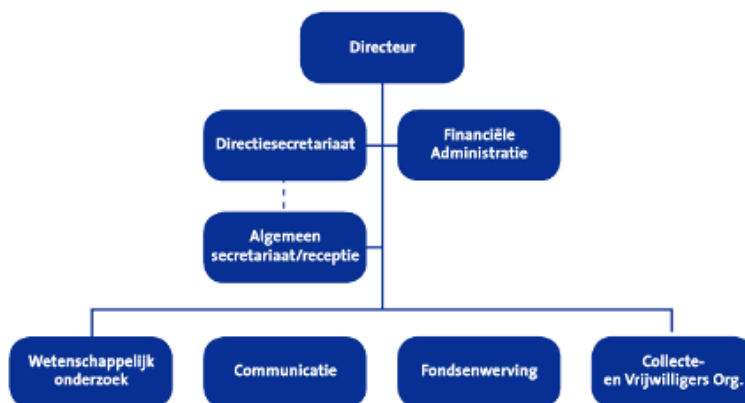
Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft met veel partijen te maken. Hoe en wanneer het fonds deze stakeholders het beste kan bereiken, is beantwoord tijdens dit onderzoek. De uitleg over de stakeholders is te vinden in bijlage VIII (p.110). De stakeholders zijn in figuur 1 te vinden.

Actievoerders	Regiocoördinatoren
Bestuur	Regiomanagers
Collectanten	Mensen met een spierziekte
Collega-fondsen	Vrijwilligers
Comitéleden	Werknemers van het Prinses Beatrix Spierfonds
Donateurs	Wetenschappers
Gemiddelde Nederlander	Wetenschappelijke adviesraad

Figuur 1. Stakeholders

§2.6 STRUCTUUR

Het Prinses Beatrix Spierfonds hanteert het model voor vrijwilligersbestuur, een praktische toepassing van de richtlijnen uit de Code Wijffels. Het bestuur is het hoogste orgaan van het fonds en formuleert het beleid. Daarnaast houdt het bestuur toezicht op de uitoefening van taken en bevoegdheden die op basis van een statutaire volmacht aan de directie zijn toebedeeld. De directie is belast met het dagelijks bestuur en geeft leiding aan de organisatie (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014). In figuur 2 is de organogram weergegeven.



Figuur 2. Organogram

§2.7 COMMUNICATIEMIDDELEN

Het fonds zet verschillende communicatiemiddelen in om de doelstellingen te realiseren: de resultaten van wetenschappelijk onderzoek, communiceren en voorlichting geven over spierziekten. De communicatiemiddelen luiden als volgt: website, folders en nieuwsbrieven, Spierkrant, filmpjes, nieuwsbrief collectanten en publiciteit (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).

§2.8 MARKETINGDOELSTELLINGEN

Met de in september 2012 geïntroduceerde nieuwe naam en uitstraling heeft het fonds een goede basis gelegd om verder invulling te geven aan het beter in beeld brengen van spierziekten en het Prinses Beatrix Spierfonds. De bekendheid van het Prinses Beatrix Spierfonds enerzijds en de impact van spierziekten anderzijds blijven natuurlijk aandacht vergen. Uit deze goede basis is het motto 'doorpakken' in 2014 nageleefd. In 2015 wil het Prinses Beatrix Spierfonds nog meer doorpakken. De doelstellingen van 2015 zijn als volgt geformuleerd: doorpakken met samenwerking, doorpakken met communicatie en fondsenwerving, doorpakken met wetenschappelijk onderzoek en op financieel gebied kostenbewust zijn (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).

§2.9 SWOT-ANALYSE

Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft sterke en zwakke punten. Daarnaast heeft het fonds ook kansen en bedreigingen. Om hier een goed inzicht in te krijgen is er een SWOT-analyse gemaakt. Deze zijn in figuur 3 weergegeven.

Sterkten - Goed doel - Goede kennis van wetenschap - Prinses Beatrix als beschermvrouwe - Ambassadeurs Jan Kooijman en René van Kooten	Zwakten - Weinig budget - Afhankelijk zijn van donaties en giften - Weinig naamsbekendheid
Kansen - Meer naamsbekendheid - Meer acties - Meer communiceren naar Nederland - Meer collectanten / donateurs binnenhalen	Bedreigingen - Andere fondsen - Weinig geld ophalen - Economische crisis

Figuur 3. SWOT-analyse

§2.10 COLLEGA-FONDSEN

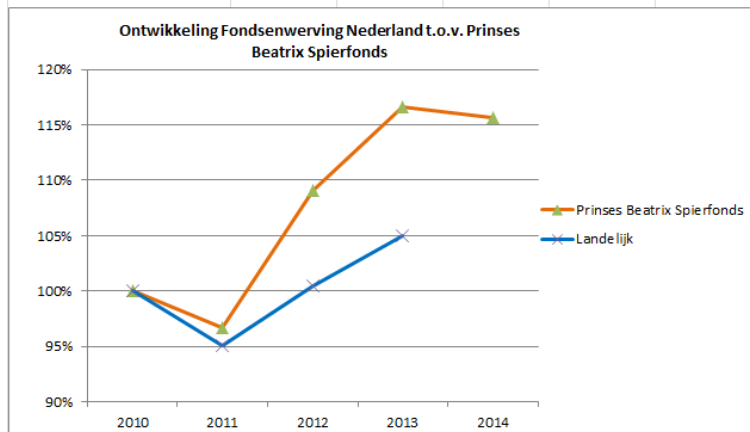
Om het Prinses Beatrix Spierfonds goed in kaart te brengen is er gekeken naar andere fondsen die zich ook inzetten voor spierziekten. Dit zijn geen concurrenten voor het Prinses Beatrix Spierfonds, omdat iedereen achter de schermen met elkaar samenwerkt. Uiteindelijk is het gezamenlijke doel om geld op te halen voor spierziekten. Deze partijen zijn weergegeven in bijlage VIII (p.110) onder het kopje collega-fondsen.

§2.11 DONATIEGEDRAG

Om te kijken naar de betrokkenheid onder de vaste donateurs is gekeken naar het donatiegedrag. Er zijn verschillende giften die het fonds ontvangt. Deze uitleg van deze giften zijn hieronder te lezen. Daarnaast is er in dit subhoofdstuk gekeken naar het donatiegedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds ten opzichte van Nederland (Centraal Bureau Fondsenwerving, 2015). Vervolgens zijn de verschillen in donaties toegelicht. Tot slot komen de vergelijkingen van de verschillende donaties ten opzichte van Nederland aan bod. In elk figuur zijn er andere jaartallen gebruikt, want niet alle jaren zijn bij het Centraal Bureau Fondsenwerving beschikbaar.

Opvallend is dat in figuur 4 naar voren komt dat in 2012 het aantal donateurs is gedaald bij het Prinses Beatrix Spierfonds. Er is echter wel meer geld gegenereerd ten opzichte van 2010. Daarnaast neemt het fonds een groter deel van het landelijke promillage in. Na de naamsverandering in 2012 zijn de inkomsten vanuit de donaties gestegen. De landelijke opbrengsten zijn bij het Centraal Bureau Fondsenwerving nog niet bekend, vandaar dat dit niet is meegenomen in figuur 4.

	Jaren				
Fondsen (opbrengsten in €)	2010	2011	2012	2013	2014
Prinses Beatrix Spierfonds	7.204.076	6.969.289	7.855.755	8.400.986	8.331.594
Landelijk	3.883.413.271	3.691.724.068	3.899.924.234	4.075.188.345	
Prinses Beatrix Spierfonds	100%	97%	109%	117%	116%
Landelijk	100%	95%	100%	105%	
Promillage van Landelijk	1,9	1,9	2,0	2,1	



Figuur 4. Ontwikkeling Fondsenwerving Nederland t.o.v. Prinses Beatrix Spierfonds

§2.11.1 UITLEG DONATIES

Het fonds haalt op verschillende manieren geld op met de donaties. Deze zijn hieronder uitgewerkt.

Giften en donaties

Het fonds heeft in 2014 ruim €1,6 miljoen ontvangen uit giften en donaties. Dit bedrag werd bij elkaar gebracht door giften van donateurs, bedrijven, stichtingen en uit de opbrengst van acties.

Donateurs

In 2014 heeft het fonds de bestaande donateurs rechtstreeks om steun gevraagd. Er zijn vier mailings verstuurd met steeds een ander thema. Dit waren de volgende thema's:

- Samen kunnen we onderzoek mogelijk maken;
- Leren leven met een spierziekte: de Spieracademie;
- Onbezorgd op vakantie voor mensen met een spierziekte;
- De gevolgen van een erfelijke spierziekte.

Donateurs ontvangen drie keer per jaar de Spierkrant. Met deze nieuwskrant informeert het fonds hen over spierziekten, onderzoek, de evenementen en de besteding van de giften die het fonds ontvangt.

Acties en bijzondere giften

Veel mensen kwamen in 2014 in beweging voor het Prinses Beatrix Spierfonds. Zij brachten geld bij elkaar met wandelen, hardlopen, fietsen, taarten bakken en andere acties. Ook waren er weer bedrijven en organisaties die een bijzonder moment aangrepen om het fonds een bedrag te schenken. Hieronder een greep uit de acties en bijzondere giften van 2014. Om het de actievoerder gemakkelijk te maken om in actie te komen, nam het fonds in 2014 deel aan drie sportevenementen. Het Prinses Beatrix Spierfonds hielp hiermee de actievoerders om een prestatie te leveren, waarvoor zij zich konden laten sponsoren. In juni fietste het fonds met een team van 40 personen mee met de 235 km lange Fiets Elfstedentocht in Friesland. Samen hebben de fietsers ruim €27.000 opgehaald. Aan de Gerrie Knetemann Classic deed het Prinses Beatrix Spierfonds mee met vijftien fietsers. En in december liepen vijftien hardlopers de Bruggenloop over de vijf beroemde bruggen in Rotterdam.

Bestemde giften

Tevens heeft het fonds in 2014 enkele omvangrijk bestemde giften ontvangen. Dit zijn giften die een specifiek project mogelijk maken of waarmee het fonds onderzoek naar een specifieke spierziekte kan starten. In 2014 heeft de VriendenLoterij het werk van het Prinses Beatrix Spierfonds gesteund met €948.822. Sinds de start van de VriendenLoterij mag het Prinses Beatrix Spierfonds jaarlijks rekenen op een grote financiële bijdrage. De Loterij is daarmee een belangrijke partner in de strijd tegen spierziekten. In 2014 hebben de VriendenLoterij en de collecteorganisatie wederom de handen ineen geslagen met een actie om de opbrengst uit geormerkte loten te vergroten. Tijdens de collecteweek zijn dankzij de hulp van onze collectanten bijna 1.500 nieuwe aan het Prinses Beatrix Spierfonds geormerkte loterijdeelnemers geworven. In 2014 heeft het Prinses Beatrix Spierfonds van De Lotto een bedrag van €325.851 ontvangen.

Nalaten en schenken

Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft in 2014 negen erfenissen en zeventien legaten (beneficiair) aanvaard. Deze opbrengst is voor het fonds lastig te begroten. Daarnaast is er in 2014 een start gemaakt met de werving van nalatenschappen. Een Special bij de Spierkrant was geheel gewijd aan schenken en nalaten. Dit traject wordt in 2015 verder uitgerold, ook richting de achterban van patiëntenvereniging Spierziekten Nederland.

Collecte

De opbrengst van de jaarlijkse collecteweek is één van de belangrijkste inkomstenbronnen van het Prinses Beatrix Spierfonds. De collecte wordt georganiseerd conform het protocol van de Stichting Collecteplan, een samenwerkingsverband van de 26 landelijk collecterende fondsen.

Werving nieuwe donateurs

Om meer mensen bij het Prinses Beatrix Spierfonds te betrekken, heeft het fonds ook in 2014 nieuwe donateurs geworven. Het fonds heeft een mailing gestuurd naar geselecteerde adressen, met uitleg over spierziekten en het werk van het fonds. Daarbij vroegen ze de geadresseerden om een financiële bijdrage. Hiermee zijn ruim 3.000 nieuwe donateurs geworven. Eind 2014 is er een pilot project geweest met het deur-aan-deur werven van donateurs. Binnen dit testproject zijn in vier weken tijd ruim 200 nieuwe donateurs geworven. Daarnaast zijn er nog een aantal andere methoden getest om nieuwe (vaste) donateurs te werven. Online heeft het fonds mensen geïnteresseerd voor het werk van het fonds en hen vervolgens telefonisch gevraagd donateur te worden. Met de campagne 'StrikZe tegen

Spierziekten' heeft het fonds veel losse SMS-donaties ontvangen en zijn enkele tientallen mensen vaste donateur geworden. Deze middelen samen hebben bijna 200 donateurs opgeleverd.

Om een beeld te geven waar de inkomsten vandaan komen en de uitgaven heengaan van het fonds, zijn hieronder twee figuren te vinden. In figuur 5 zijn de inkomsten uit 2013 weergegeven. Hierin is de verdeling te zien van de donaties. En in figuur 6 zijn de inkomsten en uitgaven van 2014 te vinden. De totale inkomsten in 2014 waren €8.331.594 en de totale uitgaven €8.430.890.



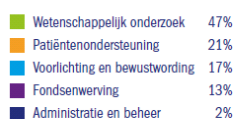
Figuur 5. Inkomsten 2013

INKOMSTEN EN UITGAVEN

INKOMSTEN



UITGAVEN



Figuur 6. Inkomsten en uitgaven 2014

§2.11.2 TABELLEN

Hieronder zijn de verschillende tabellen weergegeven, met daarbij de benodigde uitleg.

Verkopen, eigen loterij, prijsvragen etc.

Uit de cijfer blijkt dat het Prinses Beatrix Spierfonds in de verkopen, eigen loterij en prijsvragen niet actief is. Hierdoor is een analyse hiervan geen waarde. Er vinden incidenteel activiteiten plaats, maar die hebben geen jaarlijks repeterend karakter.

Jaren					
<u>Verkopen, eigen loterij, prijsvragen etc.</u> <u>(opbrengst in €)</u>	2010	2011	2012	2013	2014
Prinses Beatrix Spierfonds	3.282	6.659	X	37.956	
Landelijk	76.062.496	80.989.212	82.677.991	80.942.455	
Prinses Beatrix Spierfonds	100%	203%	X	1156%	
Landelijk	100%	106%	109%	106%	
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v. van Landelijk (in promille)	0,04	0,08	X	0,47	

Figuur 7. Opbrengst verkopen, eigen loterij, prijsvragen etc.

Giften en schenkingen, donaties en contributies

Bij de giften en schenkingen, donaties en contributies is ten opzichte van het basisjaar 2010 is er een sterke groei te zien. Incidenten beïnvloeden de trend. Zoals in figuur 8 is te zien is het Prinses Beatrix Spierfonds stabiel ten opzichte van de Nederlandse markt.

Jaren					
<u>Giften en schenkingen, donaties</u> <u>en contributies (opbrengst in €)</u>	2010	2011	2012	2013	2014
Prinses Beatrix Spierfonds	992.411	1.904.250	2.028.840	1.786.139	
Landelijk	992.025.221	1.018.215.847	1.008.846.390	1.028.393.707	

Prinses Beatrix Spierfonds	100%	192%	107%	88%	
Landelijk	100%	103%	99%	102%	
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v. van Landelijk (in promille)	1,0	1,9	2,0	1,7	

Figuur 8. Opbrengst giften en schenkingen, donaties en contributies

Nalatenschap

De opbrengst uit de nalatenschappen heeft een sterke groei doorgemaakt sinds 2010. Gezien de kleine omvang van het Prinses Beatrix Spierfonds gaat de gift op en neer. Deze opbrengst is afhankelijk van of het fonds een grote nalatenschap krijgt. Enkele grote nalatenschap per jaar kan het aanzienlijk verstoren. In figuur 9 is te zien dat het een landelijke trend is dat het nalatenschap ophoog gaat.

<u>Jaren</u>					
<u>Opbrengst Nalatenschappen in €</u>	2010	2011	2012	2013	2014
Prinses Beatrix Spierfonds	943.638	1.274.733	561.562	1.730.270	
Landelijk	239.286.517	255.697.113	251.426.684	267.569.529	
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v 2010	100%	135%	60%	183%	
Landelijk	100%	107%	105%	112%	
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v. van Landelijk	0,4%	0,5%	0,2%	0,6%	

Figuur 9. Opbrengst nalatenschap

Collecteopbrengst

Zoals in figuur 10 te zien is, gaat de collecteopbrengst naar beneden. Echter blijft het Prinses Beatrix Spierfonds aanzienlijk groeien. De opbrengst van 2014 is substantieel gestegen ten opzichte van 2013. Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft een achterban met een groot aantal vrijwilligers die collecte wil lopen. Hierdoor blijft de opbrengst uit de collecte op pijl. Een opmerking bij deze tabel is dat de landelijke cijfers van 2014 nog niet compleet zijn.

<u>Jaren</u>			
<u>Collecteopbrengst in €</u>	2012	2013	2014
Prinses Beatrix Spierfonds	1.579.692	1.478.648	1.523.000
Landelijk	45.473.092	40.070.119	12.575.287
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v 2010	100%	94%	96%
Landelijk t.o.v. 2010	100%	88%	28%
Prinses Beatrix Spierfonds t.o.v. van Landelijk	3,5%	3,7%	12,1%

Figuur 10. Opbrengsten collecte

Donateurs

In figuur 11 zijn de aantal donateurs vanaf 2012 weergegeven. Hiervoor is gekozen, omdat het fonds wil weten wat de veranderingen zijn geweest na de naamsverandering in 2012. Hierbij is ook het de daling of stijging terug te vinden. Het landelijk aantal donateurs is niet weergegeven op de website van het Centraal Bureau Fondsenwerving. Daarom kan er geen vergelijking weergegeven worden.

Verloop donateurs vergeleken t.o.v. voorgaande jaar	Aantal actieve donateurs	Stijging / daling	Donateurs met incasso	Stijging / daling
31-12-2012	34.648	100%	13.106	100%
31-12-2013	32.792	-5,4%	11.937	-8,9%
31-12-2014	32.742	-0,2%	11.181	-6,3%

Figuur 11. Donateurs 2012, 2013 en 2014

HOOFDSTUK 3. PROBLEEMFORMULERING

In dit hoofdstuk worden de aanleiding (§3.1), probleemstelling (§3.2), doelstelling (§3.3) en deelvragen (§3.4) toegelicht. Daarnaast komen de doelgroep (§3.5) en de grenzen (§3.6) van het onderzoek aan bod. Dit hoofdstuk biedt de kern van het onderzoek.

§3.1 AANLEIDING

Het Prinses Beatrix Spierfonds zet zich in voor mensen met een spierziekten in Nederland. Het fonds financiert en stimuleert wetenschappelijk onderzoek naar spierziekten. In Nederland zijn er meer dan 200.000 mensen met een spierziekten. De aanleiding van dit onderzoek is een kwalitatief marktonderzoek van 2012. Hierin kwam overduidelijk naar voren dat het brede publiek niet weet waar het destijds genoemde Prinses Beatrix Fonds voor stond. Tevens weet men niet wat een spierziekte is en al helemaal niet hoe ernstig een spierziekte kan zijn. Om duidelijker te maken wie het Prinses Beatrix Spierfonds is en wat het fonds doet, heeft het fonds in 2012 een naamswijziging ondergaan en een nieuwe visuele identiteit gekregen, nieuwe jonge ambassadeurs binnen gehaald en het fonds heeft hard aan de weg getimmerd om meer zichtbaar te zijn in Nederland. Daarnaast zijn de kernwaarden van het fonds in 2012 duidelijk gecommuniceerd naar alle stakeholders van het fonds. De kernwaarden luiden als volgt: deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken (1+1=3)(Prinses Beatrix Spierfonds, 2012). Na de verandering in 2012 heeft het Prinses Beatrix Spierfonds in 2013 en 2014 mee gedaan aan het onderzoek van het marktonderzoeksinstituut GfK onder goede doelen. Het fonds vindt dat ze zichzelf niet kan vergelijken met de bekendere goede doelen en is in 2014 gestopt met het GfK onderzoek. Hierbij speelde ook mee dat er hoge kosten waren verbonden aan het onderzoek en dat het fonds meer de diepte in wil met haar onderzoeken. Daarom is er in 2015 gekozen om op een andere manier te kijken hoe het er voorstaat bij het fonds met de veranderingen.

De vraag is echter of de identiteit, die het Prinses Beatrix Spierfonds voor ogen heeft, daadwerkelijk overkomt bij alle stakeholders van het fonds. Deze stakeholders brengen de identiteit van het fonds over aan de buitenwereld. Het is daarom van groot belang voor het fonds om van binnen naar buiten te kijken en zo ook te werk te gaan. Drie jaar na alle veranderingen wil het fonds weten of de stakeholders op de hoogte zijn van de gewenste identiteit en dit juist overbrengen aan Nederland. Zij zijn tenslotte allemaal ambassadeur van het fonds. Het fonds wil stapsgewijs de stakeholders om hun mening vragen. Daarom is er tijdens dit onderzoek gekozen voor de belangrijke stakeholders donateurs en comitésleden. Zij halen voor een groot deel geld op voor het fonds en staan relatief dicht bij het fonds.

§3.2 PROBLEEMSTELLING

De centrale vraag van het onderzoek luidt als volgt:

‘Wat is na de naamswijziging in 2012 het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de donateurs en de comitésleden?’

Uitleg probleemstelling:

- Het Prinses Beatrix Spierfonds zet zich in voor mensen met een spierziekten. Het is hun doel om spierziekten de wereld uit te krijgen door middel van wetenschappelijk onderzoek. Het fonds heeft een naamswijziging ondergaan in 2012 en zijn van Prinses Beatrix Fonds naar Prinses Beatrix Spierfonds gegaan. Daarnaast heeft het fonds een nieuwe visuele identiteit gekregen en nieuwe jonge ambassadeurs aan boord gehaald (Prinses Beatrix Spierfonds, 2012).
- Imago is een beeld dat een persoon van een organisatie heeft, met de nadruk op symbolen, gedrag en persoonlijkheid. Denk hierbij aan huisstijl, maar ook het gedrag van de werknemers van het Prinses Spierfonds en de communicatie naar buiten toe. Hierover is meer te vinden in het vierde hoofdstuk (Birkigt en Stadler in Van Riel, 2003, p.42-43).
- Donateurs zijn 32.000 mensen die eenmalig, wekelijks, maandelijks of jaarlijks geld doneren aan het Prinses Beatrix Spierfonds om zo het fonds te steunen met wetenschappelijk onderzoek. Dit kunnen donateurs zijn die via een losse gift geld hebben gedoneerd of vaste donateurs die meervoudig geld geven. Bij de vaste donateurs is er een minimale jaarwaarde van twintig euro (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).
- Comitésleden zijn 1.300 mensen die de collectanten in het hele land aansturen gedurende het jaar, maar voornamelijk tijdens de collecteweek in september (Prinses Beatrix Spierfonds, 2014).

§3.3 DOELSTELLING

De doelstelling van het onderzoek luidt als volgt:

‘Inzicht geven in het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de stakeholders donateurs en comitésleden, teneinde de resultaten te delen met het fonds of de gewenste identiteit van het Prinses Beatrix Spierfonds daadwerkelijk overkomt op de donateurs en de comitésleden.’

§3.4 DEELVRAGEN

Om de probleemstelling van het onderzoek zo uitgebreid mogelijk te beantwoorden, zijn de volgende deelvragen opgesteld. In het vijfde hoofdstuk methodologie zijn de deelvragen verder toegelicht. De deelvragen luiden als volgt:

1. Op welke wijze is de naamsverandering van het Prinses Beatrix Spierfonds tot stand gekomen?
2. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de comitésleden, hun betrokkenheid en de spontane en geholpen naamsbekendheid?
3. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de donateurs, hun donatiegedrag en de spontane en geholpen naamsbekendheid?
4. Op welke wijze komen de vier kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds overeen bij de donateurs en de comitésleden?

§3.5 DOELGROEP

Tijdens het onderzoek is er rekening gehouden met twee stakeholders die zijn ondervraagd. Daarnaast is er een advies gegeven aan het fonds hoe en wanneer ze de overige stakeholders het beste kunnen benaderen. Deze stakeholders zijn terug te vinden in het tweede hoofdstuk situatietanalyse. De stakeholders die voor dit onderzoek onderzocht zijn luiden als volgt:

- De donateurs. Deze groep bestaat uit twee subdoelgroepen.
 - De vaste donateurs, gemeten eind 2014, 32.742 mannen en vrouwen die wekelijks, maandelijks of jaarlijks geld geven aan het fonds om te helpen voor wetenschappelijk onderzoek. De minimale jaarwaarde van de vaste donateurs is twintig euro.
 - De losse gift donateurs, gemeten eind 2014, 11.181 mannen en vrouwen die een eenmalige gift met een acceptgiro hebben gegeven aan het fonds. In het tweede hoofdstuk zijn de verschillen ten opzichte van 2012, 2013 en 2014 in kaart gebracht met betrekking tot de donateurs.
- De comitésleden zijn 1.300 mannen en vrouwen die alle collectanten aansturen in Nederland. Boven hen staan vijf regiomanagers die in dienst zijn van het Prinses Beatrix Spierfonds. De 1.300 mensen zijn vrijwilligers en krijgen een vrijwilligersbijdrage vanuit het fonds. Daarnaast hebben ze de taak om per regio alle 30.000 collectanten aan te sturen. Dit is voornamelijk tijdens de collecteweek in september.

§3.6 GRENZEN ONDERZOEK

Het onderzoek is uitgevoerd van 2 februari 2015 tot 26 mei 2015. Dit is een tijdsperiode van zeventien weken. Het onderzoek betreft de identiteit en het imago onder de donateurs en de comitésleden van het fonds. Dit is een belangrijke afbakening, omdat enkel deze twee stakeholders zijn meegenomen in het onderzoek. In het laatste hoofdstuk zal een advies te vinden zijn hoe en wanneer het Prinses Beatrix Spierfonds de andere stakeholders het beste kan bereiken.

HOOFDSTUK 4. THEORETISCH KADER

Voordat er is gestart met het onderzoek, is er eerst onderzoek gedaan in de literatuur en gezocht naar een passende theorie. Om op een passende wijze onderzoek te doen naar het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds moet er een model gezocht worden dat past bij dit onderzoek. In dit hoofdstuk komen de volgende onderwerpen aan bod; toelichting begrippen probleemstelling en doelstelling (§4.1), relevante theorieën, onderzoeken en publicaties (§4.2), het conceptueel model (§4.3), kritisch review (§4.4) en de hypotheses (§4.5).

§4.1 TOELICHTING BEGRIPPEN PROBLEEMSTELLING EN DOELSTELLING

Om antwoord te geven op de probleemstelling en doelstelling uit het derde hoofdstuk, zijn er eerst aan aantal begrippen toegelicht die te maken hebben met de onderwerpen uit de probleemstelling en doelstelling. Dit zijn identiteit en imago. Verschillende wetenschappers en onderzoekers hebben hier wat over te zeggen. Uiteindelijk is de relatie tussen identiteit en imago weergegeven en het verschil tussen reputatie en imago.

§4.1.1 IDENTITEIT

De definities van identiteit lopen nogal uiteen. Daarom zijn hieronder een aantal suggesties weergegeven van identiteit, om te bepalen welke definitie op dit onderzoek slaat.

Margulies (1977)

Margulies zegt dat 'identiteit zich uitdraagt op de manier hoe de onderneming zichzelf wil laten zien aan de buitenwereld' (Margulies, 1977, p.66-74).

Albert en Whetten (1985)

Albert en Whetten zeggen: 'Organizational identity is what is taken by organizational members to be central to the organization. What makes the organization distinctive from other organizations in the eyes of the beholding members, and what is perceived by members to be enduring or continuing linking the present with the past and presumably the future' (Albert & Whetten 1985, p.263-295).

Blauw (1986)

Blauw zegt dat identiteit het zelfbeeld is hoe een bedrijf dat wenst te vestigen of te continueren bij haar interne en externe doelgroepen (Blauw, 1986).

Birkigt en Stadler (1986)

Het organisatie-imago komt mede tot stand door de naar buiten gebrachte identiteit van een organisatie. Voor het bepalen van die identiteit moeten eerst de volgende vragen beantwoord zijn: 'Wie zijn wij?', 'Waar zijn wij goed in?' en 'Wat willen wij bereiken?' Vervolgens kan het antwoord op deze vragen gekoppeld zijn aan de wensen van belangengroepen met de vraag 'Wat willen zij?' Bij het vaststellen van de organisatie-identiteit is gezocht naar wat kenmerkend, onderscheidend en authentiek is voor de organisatie. De volgende definitie van Birkigt, Stadler en Funck (2002) plaatst organisatie-identiteit doeltreffend op het niveau van strategisch (communicatie)management door onder meer strategie, identiteit en imago met elkaar te verbinden: 'Organisatie-identiteit is de strategisch geplande en operationeel ingezette zelfpresentatie en het gedrag van een onderneming naar binnen en buiten toe op basis van een vastgelegde ondernemingsfilosofie, een lange-termijn ondernemingsdoelstelling en een bepaald gewenst imago, met de wil alle handelingsinstrumenten van een onderneming als een eenheid naar binnen en buiten toe tot uiting te laten komen' (Birkigt, Stadler & Funck, 2002, p.18-22)(Birkigt & Stadler in Van der Grinten, 2010, p.22-24).

Olins (1987)

Olins zegt dat 'corporate identiteit de tastbare manifestatie is van de persoonlijkheid van de onderneming. Het is de identiteit, die de realiteit van de ondernemingspersoonlijkheid weerspiegelt en projecteert' (Olins 1978, in Van Riel 2003, p.39).

Floor en Van Raaij (1998)

Volgens Floor en Van Raaij is identiteit gevormd door het geheel van permanente eigenschappen van een onderneming of een merk. Het kan zijn dat de werkelijke identiteit afwijkt van de gewenste identiteit. De onderneming wil dan anders zijn dan wat ze uitstralen naar de doelgroepen. De resultaten van de onderneming, zoals de communicatie, het gedrag van de medewerkers en de symbolen bepalen de werkelijke identiteit (Floor & Van Raaij, 1998, p.575).

Woerkum en Aarts (2008)

Woerkum en Aarts zeggen dat 'onder de identiteit van de organisatie de feitelijke kenmerken van een organisatie vallen' (Van Woerkum & Aarts, 2008, p.227-228).

Van der Grinten (2010)

Volgens Van der Grinten bestaat de identiteit uit de werkelijke en gewenste identiteit. De werkelijke identiteit bestaat uit: spontane associaties, persoonlijkheidskenmerken en betrokkenheid. De gewenste identiteit is: visie, missie, kerncompetenties, waarden en persoonlijkheidskenmerken (Van der Grinten, 2010, p. 39-58).

Michels (2010)

Volgens Michels is identiteit 'wat de organisatie is en wat zij uitstraalt' (Michels, 2010, p.44).

Herlé en Rustema (2012)

Volgens Herlé en Rustema is identiteit: 'all of the distinctive characteristics of an organization; the way in which an organization actually manifests itself and what all its essential characteristics are' (Herlé & Rustema, 2012, p.117-118).

Alle definities hebben gemeen dat identiteit iets uitdraagt hoe de onderneming gezien wil worden. De organisaties moet voor zichzelf duidelijk hebben wie ze zijn en wat ze willen bereiken. Voor dit onderzoek is de definitie van Birkigt en Stadler (1986) gehanteerd. Birkigt en Stadler (1986) zeggen dat identiteit 'de strategisch geplande en operationeel ingezette zelfpresentatie en gedrag van een onderneming naar binnen en buiten' is. Bij dit onderzoek is er ook gekeken naar de kernwaarden die intern zijn geformuleerd of deze ook naar buiten worden overgedragen en of het gewenste imago wordt overgedragen.

§4.1.2 IMAGO

De definities van imago is minder divers dan bij identiteit. Hieronder zijn de definities toegelicht. Aan het eind zal weergegeven zijn welke definitie er bij dit onderzoek past.

Blauw (1986)

'Blauw vindt dat het corporate imago het beeld is, zoals dat rondom een bedrijf of instelling in werkelijkheid bij de doelgroep wordt beleefd. Dat beeld kent zowel cognitieve als affectieve kenmerken en kan aan sterke wisselingen onderhevig zijn' (Blauw, 1986).

Birkigt en Stadler (1986)

Het imago van een organisatie is het beeld dat de publieksgroepen hebben. Het imago is ook een reflectie van de identiteit en wordt gemeten aan de hand van gedrag, communicatie en symboliek (Birkigt & Stadler in Van Riel, 2003, p.43).

Barich en Kotler (1991)

'Barich en Kotler zeggen dat de term imago is gebruikt om de som van houdingen, overtuigingen en indrukken die een persoon of groep heeft van een object te vertegenwoordigen. Het object kan hierin een product, merk, plaats, persoon of bedrijf zijn. Deze indrukken kunnen wel of niet waar zijn' (Barich & Kotler, 1991, p.94-104).

Vos (1992)

Volgens Vos is imago een ervaring die gevormd is in het hoofd van de mensen. Dit imago is persoonlijk, gebonden aan tijd, het is gevormd door indirecte of persoonlijke ervaringen. Het imago kan het gedrag van mensen invloeden (Vos, 1992, p.52-56).

Floor en Van Raaij (1998)

Het imago wordt volgens Floor en Van Raaij onder andere bepaald door de communicatie. Verschillende doelgroepen kunnen op een bepaalde manier kijken naar een organisatie en verschillende dingen interpreteren. Dit kan leiden tot verschillende meningen per doelgroep (Floor & Van Raaij, 1998, p.575).

Van Raaij, Vinken en Van Dun (2002)

Van Raaij, Vinken en Van Dun zeggen dat imago het beeld is dat de buitenwereld van een organisatie heeft (Van Raaij, Vinken & Van Dun, 2002, p.10).

Van der Grinten (2010)

Van der Grinten definieert organisatie-imago als volgt: 'Het organisatie-imago is het beeld dat belangengroepen op een bepaald moment van een organisatie hebben.' Dit beeld kan per belangengroep en binnen belangengroepen verschillend zijn. Het is ook mogelijk dat het beeld niet overeenstemt met de werkelijkheid. Ieder individu heeft zijn eigen perceptie van de wereld en dus ook een eigen indruk van een organisatie (Van der Grinten, 2010, p.24-26).

Michels (2010)

Michels heeft de volgende definitie voor imago: 'imago is het beeld dat de publieksgroepen van de organisatie hebben. Dat wordt gevormd door beelden, associaties en ervaringen die publieksgroepen koppelen aan een organisatie' (Michels, 2010, p.55).

Herlé en Rustema (2012)

Volgens Herlé en Rustema betekent imago: 'the image of an organization as perceived by various groups of the public' (Herlé en Rustema, 2012, p.118-119).

Bij de verschillende begrippen over imago komt er duidelijk naar voren dat imago het beeld is wat andere mensen hebben van een bepaalde organisatie of instelling. Voor dit onderzoek is de definitie van Birkigt en Stadler (1986) gehanteerd, omdat Birkigt en Stadler (1986) imago meetbaar maken aan de hand van gedrag, communicatie, symboliek en persoonlijkheid.

§4.1.3 RELATIE TUSSEN IDENTITEIT EN IMAGO

Identiteit is georganiseerd vanuit een bedrijf en de onderneming communiceert dit naar buiten. Bij imago ontstaat het beeld wat bepaalde doelgroepen van een organisatie vormen (Christensen & Askegaard, 2001, p.292-315). Hieruit blijkt dat identiteit en imago aan elkaar zijn verbonden en elkaar beïnvloeden. Dat de begrippen met elkaar verbonden zijn is ook terug te zien in het corporate identity model van Birkigt en Stadler uit 1986. Zij gaan ervan uit dat identiteit is gevormd aan de hand van gedrag, communicatie, symboliek en persoonlijkheid. Al deze aspecten hebben invloed op het imago, maar zijn ook concurrerend (Cheney & Christensen, 1999, p.231-269).

Michels (2010) vindt dat een organisatie er goed voor moet zorgen dat er een goede afstemming moet zijn tussen identiteit en imago. Dit is nooit helemaal gelijk in een organisatie, maar het is belangrijk dat dit zo dicht mogelijk bij elkaar ligt. Een imago dat slechter is dan een identiteit slaat niet aan bij de doelgroepen. Zodra het imago beter is dan de identiteit, dan is de kans aanwezig dat het op den duur verkeer gaat in de organisatie. Als een organisatie problemen heeft met haar imago, dan is het noodzakelijk om dit snel op te lossen. Mocht de identiteit sterk afwijken van de gewenste identiteit, dan moet er intern gezorgd worden dat ze eerst worden wat ze willen zijn (Michels, 2010, p.57).

Het verschil tussen identiteit en imago is tegenwoordig steeds minder groot. Waarbij organisaties vroeger dachten dat iets alleen intern van belang was, kan tegenwoordig ook van invloed zijn op het imago (Cheney & Christensen, 1999, p.231-269). Van Riel beschrijft in zijn boek Corporate Communication (2003) 'dat de verschillende vormen van communicatie in organisaties één geheel moet zijn en dat het in elkaar moet overlopen. Het bouwen aan een aansprekende identiteit en reputatie kan alleen op een adequate manier worden verwezenlijkt, als er niet alleen gekeken is naar de mate van consistentie in alle vormen van communicatie, maar als er ook naar een coherente toepassing van symbolen en gedragingen van leden van de organisatie is gekeken' (Van Riel, 2003).

§4.1.4 VERSCHIL TUSSEN REPUTATIE EN IMAGO

De mening over een organisatie wordt met verschillende termen beschreven. De meest gebruikte termen zijn reputatie en imago. De opvattingen over reputatie verschillen sterk doordat specialisten in een organisatie verschillende informatie hebben gekregen in hun vooropleiding. Accountants hebben geleerd dat reputatie gelijk is aan goodwill, marketingspecialisten zijn getraind om reputatie te zien als brand equity. Het is voor een organisatie belangrijk dat iedereen elkaar begrijpt. Dit is de enige manier om een dialoog met elkaar aan te gaan en om hen te overtuigen van het gemeenschappelijke belang van de toepassing van een consistent reputatiemanagement in de organisatie. 'Reputatie kan aangeduid worden als de overall evaluatie van een organisatie op het gebied van veronderstelde bekwaamheden en verantwoordelijkheden in vergelijking met de concurrenten. Een imago daarentegen is een perceptie van een deelaspect van een organisatie. Imago's kunnen variëren, zoals een landenimago, een imago als werkgever of een branche-imago.' Alle imago's gezamenlijk vormen de input voor de uiteindelijke totaalindruk die bij mensen ontstaan (Van Riel, 2003, p.85-86).

§4.2 THEORIEËN, ONDERZOEKEN EN PUBLICATIES

In deze paragraaf komen publicaties en onderzoeken van bekende academici die relevant zijn voor het beantwoorden van de probleemstelling. De modellen zijn terug te vinden in bijlage IV (p.55).

Albert en Whetten (1985)

Aan de hand van de organizational identity theorie hebben Albert en Whetten het begrip identiteit toegelicht. Ze zeggen dat de identiteit een verzameling eigenschappen is die voor werknemers de kern van het bedrijf zijn. Albert en Whetten stelden drie criteria samen waaraan een identiteit van een bedrijf moet voldoen. Deze luiden als volgt:

- Continuïteit: een typering van de organisatie die een logische brug aanbrengt tussen de in het verleden gehanteerde kenmerken en de in de toekomst na te streven kenmerken.
- Onderscheidenheid: zijn er inderdaad kenmerken gevonden die duidelijk maken waarin de organisatie nu echt verschilt van andere ondernemingen?
- Centraliteit: in welke mate zijn de vastgestelde authentieke kenmerken aanwezig in alle cruciale onderdelen van de organisatie? (Albert & Whetten, 1985, p.263-295).

Birkigt en Stadler (1986)

De identiteit is een zelfpresentatie en het beeld wat een organisatie van zichzelf heeft. De persoonlijkheid van een organisatie bestaat volgens Birkigt en Stadler uit het gedrag, de symboliek en de communicatie. Volgens Birkigt en Stadler is het imago een afspiegeling van de identiteit. Dit is terug te vinden in het corporate identity model uit 1986 (Birkigt en Stadler, 1986).

Van Rekom (1992)

Van Rekom was bijzonder vanwege zijn aanpak om de identiteit van een bedrijf vast te stellen met behulp van de ladding/means-end-analyse. Volgens Van Rekom moet een corporate identity bestaan uit:

- 1) Een centraal karakter. Deze bestaat uit de meest wezenlijke eigenschappen van een organisatie.
- 2) Een onderscheidend vermogen. De eigenschappen onderscheiden de organisatie altijd van andere organisaties. Identiteit heeft te maken met uniciteit.
- 3) Continuïteit in de tijd. De eigenschappen blijven gelijk over een langere tijd.

De eerste invalshoek ziet corporate identity als het zelfbeeld van een organisatie. Dit heeft te maken met hoe men zichzelf ziet en plaatst in de wereld: 'je bent wie je denkt dat je bent'. De tweede invalshoek baseert corporate identity op het totaal van signalen dat men uitzendt: 'je bent wat je uitstraalt'. Beide invalshoeken zijn volgens identiteitsonderzoeker Van Rekom erg belangrijk voor een goed corporate communicatiebeleid' (Van Rekom in Van Riel 2003, p.29).

Van Riel en Balmer (1995)

In 'The European Journal of Marketing' bespreken Van Riel en Balmer hun nieuwe corporate identity model. In dit model is de wisselwerking tussen reputatie en identiteit weergegeven. Van Riel en Balmer willen met dit model de gewenste reputatie creëren onder stakeholders van een organisatie. Ze denken dat dit leidt tot het kopen van de producten en/of diensten van de organisatie. Volgens Van Riel en Balmer begrijpen meer organisaties de inhoud van de corporate identity door het model van Birkigt en Stadler (Van Riel & Balmer, 1995, p.340-355).

Van Riel (1997)

Van Riel kwam in 1997 met het RepTrak-model. Een model dat op basis van zeven eigenschappen, met daarin 23 attributen, de reputatie van een organisatie meet. De zeven eigenschappen luiden als volgt: producten en diensten, leiderschap, overheid, werkomgeving, innovatie, burgers, prestatie. Met het RepTrak-model is het mogelijk om te achterhalen wie de stakeholders zijn van een organisatie, wat stakeholders verwachten van een organisatie en hoe een organisatie aan de verwachtingen kan voldoen (Van Riel, 1997).

Balmer (1997)

Volgens Balmer is er geen definitie van identiteit. Het hangt er maar net van af welke invalshoek op identiteit de voorkeur geeft. Daarom heeft Van Riel vier verschillende visies op identiteit behandeld. Deze definities luiden als volgt:

- De waargenomen organisatie-identiteit is de verzameling kenmerken die in de ogen van de leden van een organisatie typerend zijn voor de 'continuïteit, onderscheidenheid en centraliteit' uit de eigen organisatie.
- De gewenste identiteit is het droombeeld van het topmanagement zoals men hoopt dat de organisatie zal kunnen worden onder hun bestuurlijke leiding.
- De toegepaste identiteit zijn de signalen die een organisatie veelal onbewust en soms bewust uitstraalt door middel van de gedragingen van medewerkers op alle niveaus van de organisatie.

- De geprojecteerde identiteit is te omschrijven als de zelfpresentatie van de organisatie: de impliciete en expliciete offerte van signalen, waarmee een organisatie haar cruciale kenmerken kenbaar maakt aan externe en interne stakeholders, door middel van communicatie en symbolen (Van Riel, 2003, p.48).

Zijn visie op identiteit heeft hij samengevat in zijn zogeheten AC²ID-model. Dit model is een raamwerk dat de vijf identiteitskrachten, verenigt. Deze vijf krachten hebben op elke organisatie invloed en zijn: werkelijkheid, communicatie, perceptie, strategie en visie (Balmer in Van Riel, 2003, p.47-48).

Melewar en Jenkins (2002)

Volgens Melewar en Jenkins bestaat identiteit uit vier onderdelen. Deze vier onderdelen luiden als volgt: communicatie en visuele identiteit, gedrag, cultuur en marktcondities. Onder de visuele identiteit vallen de naam, het logo en de kleur van een organisatie. Het gedrag is het gedrag van de medewerkers. Cultuur zijn de doelen, visies en de geschiedenis van een organisatie en de marktcondities kijkt naar het feit dat de markt verandert. De theorie van Birkigt en Stadler (1986) is als basis gebruikt voor de het corporate identity model van Melewar en Jenkins (Melewar & Jenkins, 2002, p.76-90).

§4.3 DE THEORIE EN HET CONCEPTUEEL MODEL

Door inzicht te krijgen in alle modellen is er een keuze gemaakt welke het beste past bij dit onderzoek. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van het corporate identity model van Birkigt en Stadler (1986). In deze paragraaf is de theorie verder toegelicht en de keuze beargumenteerd.

§4.3.1 VERANTWOORDING KEUZE MODEL

In deze paragraaf is er toegelicht voor welk model er is gekozen en waarom andere modellen niet van toepassing zijn bij dit onderzoek.

Voor dit onderzoek is er niet gekozen voor het model van Albert en Whetten (1985), Van Rekom (1992) en van Melewar en Jenkins (2002). Deze modellen kijken vooral naar de identiteit. Voor dit onderzoek is het noodzakelijk om ook te kijken naar het imago. Voor dit onderzoek wil het fonds weten of de gewenste identiteit overkomt bij de stakeholders. Aangezien het fonds in 2012 een naamsverandering is ondergaan met een geheel nieuw logo, nieuwe ambassadeurs en nieuwe kernwaarden, is het voor hen van groot belang om te kijken wat de stakeholders hier nu daadwerkelijk van vinden. Daarom zijn deze drie modellen niet geschikt voor dit onderzoek.

Tevens is er niet gekozen voor het RepTrak-model van Van Riel (1992). Dit model is niet voldoende voor dit onderzoek, omdat het model zeven eigenschappen heeft om de reputatie te meten. Echter zijn niet alle zeven eigenschappen van toepassing voor dit onderzoek. Het model van Van Riel en Balmer (1997) heeft als doel om de gewenste reputatie te creëren bij de stakeholders. Voor dit onderzoek is dit niet het hoofddoel, daarom valt ook dit model af. Het AC²ID-model van Balmer (1997) is ook niet geschikt voor dit onderzoek, omdat dit model te veel gefocust is op enkel de identiteit en niet op de combinatie met imago.

Als laatste blijft het corporate identity model van Birkigt en Stadler (1986) over. Bij dit model is er gebruik gemaakt van de meetinstrumenten communicatie, symbolen, gedrag en persoonlijkheid. Deze onderwerpen kunnen ingezet worden bij dit onderzoek. Daarnaast helpt het model organisaties een relatie op te bouwen met de stakeholders en te kijken wat het imago is. Voor dit onderzoek is dit noodzakelijk, aangezien het fonds wil weten wat het imago van het fonds is onder de stakeholders donateurs en comitéleden. Het corporate identity model is om de volgende redenen bruikbaar:

1. Het model houdt geen rekening met het feit dat de reputatie meer is dan een reflectie van de identiteit. Corporate imago kan ook beïnvloed zijn door omgevingsfactoren (bijvoorbeeld gedrag van concurrenten en socio-demografische trends binnen de belangrijkste doelgroep).
2. Imago of reputatie is niet een doel op zich, maar 'slechts' een middel dat bijdraagt aan de verbetering van de 'prestaties' van een organisatie.
3. Het model houdt geen rekening met de wederkerende effecten van verandering in gedrag, communicatie en symboliek op de persoonlijkheid van de organisatie, die op haar beurt zelf de drijfveer is voor deze drie elementen van de organisatie-identiteitsmix' (Birkigt & Stadler in Van Riel 2003, p.44).

§4.3.2 CONCEPTUEEL MODEL

In deze paragraaf is het corporate identity model van Birkigt en Stadler (1986) verder toegelicht. Het model is in figuur 12 weergegeven.

De betekenis van het begrip organisatie-identiteit is voornamelijk tot stand gekomen door het Duitse auteurs duo Klaus Birkigt en Marinus Stadler (1986). Zij hebben een opvatting van identiteit waarin een duidelijk verband is gelegd tussen 'corporate strategy' aan de ene kant en 'communicatie in brede zin' aan de andere kant. Zij hebben het over de 'geplande en operationeel ingezette zelfpresentatie van een onderneming van binnen naar buiten toe op basis van een vastgelegde ondernemingsfilosofie' (Birkigt en Stadler 1986 in Van Riel, 2003, p.42).

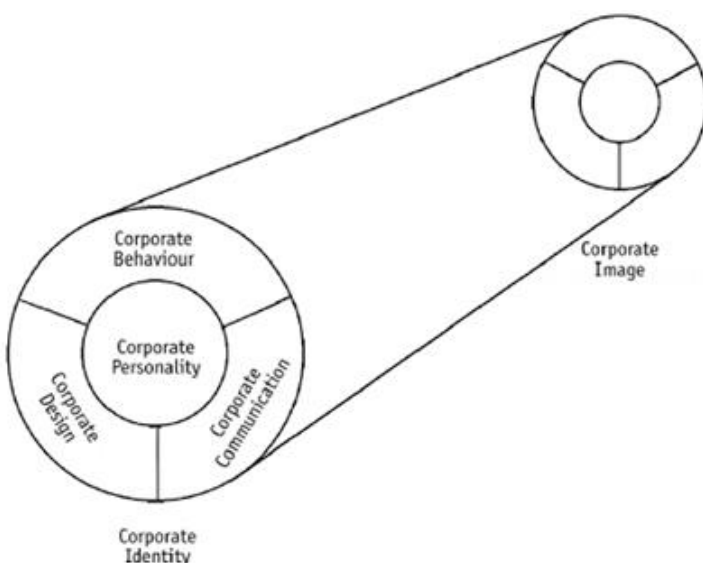
Identiteit is de verzameling kenmerken die door leden van de organisatie als typerend worden gezien voor het bedrijf. Om de kenmerken intern en extern geaccepteerd te krijgen, moet een organisatie actief via de drie elementen van de corporate of organisatie-identiteitsmix (CI-mix) een beleid voeren, zodat relevante groepen dit te weten komen en erdoor worden gecharmeerd. De drie corporate identity instrumenten zijn: gedragingen van leden van de organisatie, communicatie en symboliek.

1. *Gedrag*. Dit is verreweg het belangrijkste en meest werkzame CI-instrument van de onderneming. Uiteindelijk zijn het de handelingen van een onderneming, waarop de doelgroepen de onderneming zullen beoordelen. Wel is het mogelijk bepaalde gedragsaspecten door middel van communicatie en/of symboliek te onderstrepen.
2. *Communicatie*. Birkigt en Stadler (1986) verstaan onder communicatie in enge zin de offerte van verbale of visuele boodschappen. Dit is het meest flexibele CI-instrument, data ook snel tactisch inzetbaar is. De flexibiliteit van communicatie berust vooral hierop, dat abstractere signalen door middel van communicatie rechtstreeks aan doelgroepen overgebracht kunnen worden. Een onderneming kan bijvoorbeeld rechtstreeks aan haar doelgroepen vertellen dat zij innovatief is. Als zij dat alleen via haar gedrag zou communiceren, dan is dat een veel langzamere en moeizamere weg. Anderzijds heeft het geen zin doelgroepen iets dergelijks te vertellen, als het gecommuniceerde niet ook uit het gedrag van een onderneming kan blijken.
3. *Symboliek*. Dit instrument is volgens Birkigt en Stadler (1986) de rest van de organisatie-identiteitsuitingen moeten volgen. Het geeft op een impliciete wijze aan waar de organisatie voor staat of op zijn minst voor zou willen staan.

Deze instrumenten, die in combinatie de organisatie-identiteitsmix vormen, zijn de middelen waarmee de persoonlijkheid van een onderneming zich manifesteert. Persoonlijkheid is het vierde element dat door Birkigt en Stadler (1986) als onderdeel van de organisatie identiteitsmix is behandeld. Dit is terug te vinden in figuur 12.

4. *Persoonlijkheid*. Dit is door Birkigt en Stadler (1986) omschreven als 'das manifestierte Selbstverständnis des Unternehmens'. Dit impliceert dat de onderneming zichzelf goed moet kennen, dat wil zeggen een helder beeld van de Ist-situatie hebben, als men zichzelf door middel van gedrag, communicatie en symboliek op een heldere manier wil presenteren (Birkigt & Stadler 1986 in Van Riel, 2003, p.42-43).

De communicatie, de symboliek en het gedrag van de onderneming zijn de vormen waarin de persoonlijkheid van een onderneming uitstraalt. De reputatie/imago van een onderneming is volgens Birkigt en Stadler (1986) op zijn beurt een afspiegeling van de organisatie-identiteit van de onderneming (Birkigt & Stadler 1986 in Van Riel, 2003, p.43).



Figuur 12. Het corporate identity model (Birkigt en Stadler 1986)

§4.4 KRITISCH REVIEW

Hoewel Birkigt en Stadler (1986) in de jaren tachtig de meest invloedrijke auteurs waren op het gebied van corporate identity, zijn er toch auteurs die wat aan te merken hebben op het model. Deze luiden als volgt:

Blauw en Van Riel (1986 en 2012)

Blauw en Van Riel vinden dat de organisatie ook rekening moet houden met onbeheersbare factoren en het model van Birkigt en Stadler doet dit niet. Onbeheersbare factoren zijn onder meer bepaalde trends en gedrag van concurrenten. Deze trends kunnen volgens Blauw en Van Riel ook het imago beïnvloeden (Blauw 1986 & Van Riel, 2012).

Melewar en Jenkins (2002)

Melewar en Jenkins geven aan dat de identiteit van een organisatie bestaat uit de onderdelen communicatie, gedrag, cultuur en marktcondities. Hiermee geven Melewar en Jenkins kritiek op de bevindingen van Birkigt en Stadler, die aangeven dat identiteit bestaat uit de onderdelen communicatie, gedrag, symboliek en persoonlijkheid (Melewar & Jenkins, 2002, p.76-90).

Van Riel (2003)

Van Riel vindt de theorie inmiddels wel achterhaald. Birkigt en Stadler benaderden de corporate identity volgens hem teveel vanuit de communicatiekant. Gedrag, communicatie en symboliek waren immers de drie middelen waarmee de organisatie zich kenbaar maakte aan de wereld. Van Riel ziet nieuwe mogelijkheden. Hij wil corporate identity meer gaan benaderen vanuit de kant van de bedrijfskunde, omdat je dan veel meer geneigd bent primair naar de organisatie te kijken en niet alleen naar dat wat de organisatie uitstraalt (Van Riel, 2003, p.43).

Verder heeft Van Riel nog andere kritiekpunten op het model:

- De wederkerende effecten van gedrag, communicatie en symboliek op de persoonlijkheid ontbreken;
 - Het imago is niet een doel op zichzelf, maar een middel om meer effectiviteit voor de organisatie te krijgen;
 - Het model houdt geen rekening met omgevingsfactoren, enkel met de reflectie van de identiteit van de organisatie.
- Ook kan het imago worden beïnvloedt door factoren van buitenaf. Zoals de mening van directe naasten over de organisatie of die van opinieleiders. Ervaringen die zij hebben met de organisatie kunnen van invloed zijn op de beeldvorming.

Balmer (2003)

Balmer zegt dat het model van Birkigt en Stadler gedateerd is en het voldoet niet meer aan de hedendaagse eisen die gesteld worden aan de identiteit. Belangrijke elementen, zoals cultuur, strategie en structuur worden volgens Balmer niet meegenomen in het model van Birkigt en Stadler (Balmer, 2003).

Ondanks de kritiek op het corporate identity model van Birkigt en Stadler (1986), laat het Duitse auteurs duo zien dat er een samenhang is tussen identiteit en imago. Daarnaast geeft Van Van Riel ondanks alle kritiek aan dat het model volgens hem niet volledig onbruikbaar. Het is zeker bruikbaar als didactisch instrument om managers snel en eenvoudig bekend te maken met een aantal belangrijke principes van corporate identity en corporate image (Van Riel, 2003, p.43). Ondanks dat Melewar en Jenkins een 'vernieuwde' theorie hebben samengesteld, geven zij ook aan dat het model van Birkigt en Stadler (1986) in de huidige tijd toepasbaar is (Melewar & Jenkins, 2002, p.76-90). Volgens Van Riel en Balmer begrijpen meer organisaties de inhoud van de corporate identity door het model van Birkigt en Stadler (1986) (Van Riel & Balmer, 1997, p.340-355).

§4.5 HYPOTHESES

Naar aanleiding van het corporate identity mix model van Birkigt en Stadler (1986) zijn de volgende hypotheses geformuleerd. Deze hypotheses zullen helpen om inzicht te verkrijgen in mogelijke uitkomsten. De hypotheses luiden als volgt:

Hypothese 1:

'Als de factoren communicatie, symbolen en gedrag en daarmee persoonlijkheid worden overgebracht op de stakeholders van het fonds, dan kan de gewenste identiteit worden bereikt.'

Volgens het model van Birkigt en Stadler (1986) zorgen de communicatie, de symboliek en het gedrag van de onderneming ervoor hoe een onderneming persoonlijkheid uitstraalt. De reputatie/imago van een onderneming is volgens Birkigt en Stadler (1986) op zijn beurt een afspiegeling van de organisatie-identiteit van de onderneming (Birkigt en Stadler in Van Riel, 2003, p.43).

Hatch en Schutz (1997) geven aan dat de identiteit van een organisatie een constant veranderend proces is. Dit komt omdat de organisatiecultuur en het imago constant in conversatie zijn onder de doelgroepen (Hatch & Schultz, 1997, p.356-365). Volgens Van der Grinten (2010) is de gewenste identiteit is: visie, missie, kerncompetenties, waarden en persoonlijkheidskenmerken (Van der Grinten, 2010, p. 39-58).

Mochten de vaste donateurs en de comitéleden de communicatie, de symbolen en het gedrag waarderen, dan zal de gewenste identiteit van het fonds overgebracht worden op deze stakeholders. Dit zorgt uiteindelijk voor een positief effect.

Hypothese 2:

‘Om de identiteit van de organisatie intern en extern geaccepteerd te krijgen, moet een organisatie via de drie elementen van de corporate of organisatie-identiteitsmix (CI-mix) een beleid voeren.’

Het corporate identity mix model van Birkigt en Stadler (1986) wijst uit als de drie elementen communicatie, gedrag en symbolen goed zijn gecommuniceerd dat het intern en extern en positief beeld geeft (Birkigt en Stadler in Van Riel, 2003, p.42). In 1998 hebben Floor en Van Raaij een model opgesteld waarbij de relatie is weergegeven tussen de begrippen identiteit en imago. Zij geven aan dat de gewenste identiteit is opgebouwd vanuit de werkelijke identiteit en het gewenste imago is opgebouwd vanuit het werkelijke imago. De huidige situatie is dus als uitgangspunt gebruikt. Ook geeft het model weer dat de identiteit (intern) door middel van externe communicatie overgebracht wordt op de doelgroepen (Floor & Van Raaij, 1998, p.575-576).

In 2012 heeft het Prinses Beatrix Spierfonds de kernwaarden deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken (1+1=3) doorgevoerd. Intern is nu bekend wat het fonds wil uitstralen. Nu moet dit ook naar de buitenwereld gecommuniceerd en overgedragen worden. Dit begint bij de drie elementen van de organisatie-identiteitsmix communicatie, symbolen en het gedrag van een fonds. Mocht de communicatie goed gaan, de symbolen goed overkomen en herkenbaar zijn en het gedrag goed bevallen extern zal dit uiteindelijk ten goede zijn voor het Prinses Beatrix Spierfonds.

Hypothese 3:

‘Als het imago en de identiteit van de organisatie overeenkomen, dan draagt dit bij aan de betrokkenheid van de stakeholders.’

Birkigt en Stadler (1986) geven aan dat hun corporate identity mix model om diverse redenen bruikbaar is. Imago en reputatie zijn niet een doel, maar slechts een middel aan de verbetering van de prestaties van de onderneming. Zodra de reputatie en het imago goed is en de prestaties goed zijn bij de onderneming, dan zorgt dit voor betrokkenheid. Dat is voor een organisatie gunstig en dat wil de organisatie bereiken (Birkigt & Stadler in Van Riel, 2003, p.44).

Michels (2010) vindt dat een organisatie er goed voor moet zorgen dat er een goede afstemming moet zijn tussen identiteit en imago. Dit is nooit helemaal gelijk in een organisatie, maar het is belangrijk dat dit zo dicht mogelijk bij elkaar ligt. Een imago dat slechter is dan een identiteit slaat niet aan bij de doelgroepen. Zodra het imago beter is dan de identiteit, dan is de kans aanwezig dat het op den duur verkeer gaat in de organisatie. Als een organisatie problemen heeft met haar imago, dan is het noodzakelijk om dit snel op te lossen. Mocht de identiteit sterk afwijken van de gewenste identiteit, dan moet er intern gezorgd worden dat ze eerst worden wat ze willen zijn (Michels, 2010, p.57).

Volgens Floor en Van Raaij (1998) kunnen identiteit en imago overeenkomen en verschillen van elkaar. Als het imago gunstiger is dan de identiteit, is het de bedoeling dat de organisatie de identiteit gaat verbeteren. Als de organisatie een negatief imago heeft, dan moet ook het imago bij de doelgroep worden verbeterd. Als er een positief imago is en dit overeenkomt met de identiteit dan dient dit gehandhaafd te worden door middel van goede communicatie. Als zowel het imago als de identiteit negatief is, dient een organisatie eerst de identiteit in orde te krijgen en dan dat van het imago. Als het imago ongunstiger blijkt te zijn dan de identiteit, dan moet eerst door middel van externe communicatie het imago verbeterd worden, zodra het nodig is en na pas de identiteit (Floor & Van Raaij, 1998, p.575).

Zodra het Prinses Beatrix Spierfonds het imago en de identiteit zo dicht mogelijk bij elkaar brengt, dan zal dit zorgen voor betrokkenheid onder de stakeholders. De stakeholders zullen dan hetzelfde over het fonds denken als hoe het fonds zichzelf wil presenteren.

HOOFDSTUK 5. METHODOLOGIE

In dit hoofdstuk komt het uitvoeren van het onderzoek aan bod. De verantwoording van het gebruik van de methode (§5.1), de datacollectie (§5.2) en operationalisatie (§5.3).

§5.1 METHODE

Tijdens dit onderzoek komt er kwalitatief onderzoek te pas. Hierbij is gebruik gemaakt van diepte-interviews. Deze interviews zullen face-to-face zijn met de respondenten. Hiervoor is gekozen, omdat het Prinses Beatrix Spierfonds in 2012 ook een kwalitatief marktonderzoek heeft gehouden. Destijds is er veel uit deze onderzoeken gekomen, wat ertoe heeft geleid dat het fonds nu een nieuwe huisstijl en naam heeft. Daarnaast zijn de donateurs en de comitésleden al verbonden met het fonds, dus persoonlijk contact vanuit het fonds wordt daarom gewaardeerd. Een voordeel van interviewen is dat de interviewer niet alleen te weten komt wat mensen doen, maar vooral ook waarom ze het doen. Het is de aangewezen methode om informatie te verkrijgen over attitudes, opinies, gevoelens, gedachten of kennis (Baarda & De Goede, 1997, p.220-222). Tijdens dit onderzoek wil de onderzoeker deze informatie graag verkrijgen. Vandaar dat er is gekozen voor kwalitatief onderzoek. De voordelen hiervan zijn:

- Er is minder voorbereiding nodig;
 - Het is geschikt voor open en ingewikkelde vragen;
 - De interviewer kan veel vragen stellen;
 - Er is een goede controle op het invullen;
 - Er zijn weinig oningevulde lijsten;
 - Er is relatief weinig non-respons.
- Echter zijn er ook enkele nadelen, maar deze wegen niet op tegen de voordelen.

- De organisatie krijgt niet van de gehele doelgroep een mening
- De respondenten geven wellicht sociaal wenselijke antwoorden (Baarda & De Goede, 1997, p.226).

Daarnaast is er een combinatie gehanteerd tussen een gestructureerd en ongestructureerd interview. Dit houdt in dat er wel een vragenlijst of een lijst is met onderwerpen, maar er is zeker alle ruimte voor de eigen inbreng van de respondent. De interviewer stelt zich flexibel op en speelt in op de situatie (Verhoeven, 2011, p.150). Daarnaast krijgen de respondenten dezelfde basisvragen (gestructureerd) en de antwoorden van de respondent zullen aanleiding geven tot doorvragen (niet-gestructureerd). Hierdoor ontstaat er interactie wat zorgt voor een diepte-interview (Baarda & De Goede, 1997, p.180).

§5.1.1 DESKRESEARCH EN FIELDRESEARCH

Om antwoord te geven op de probleemstelling uit het derde hoofdstuk is er gebruik gemaakt van twee onderzoeksmethoden. Aan de hand van deskresearch en fieldresearch, waarbij kwalitatief onderzoek is gehanteerd, kunnen de deelvragen beantwoord worden. De topic guide voor de comitésleden en voor de donateurs is terug te vinden in bijlage I (p.46). Het toonmateriaal van de topic guides en de verschillen en overeenkomsten tussen de twee topic guides zijn te vinden in bijlage II (p.52) en bijlage III (p.54).

1. Op welke wijze is de naamsverandering van het Prinses Beatrix Spierfonds tot stand gekomen?

Deze deelvraag is beantwoord aan de hand van deskresearch. Hoe de naamsverandering van het Prinses Beatrix Spierfonds is ontstaan, is terug te vinden in de jaarverslagen van het fonds. Ook is er gekeken naar oude GFK marktonderzoeken die bij het fonds op kantoor liggen.

2. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de comitésleden, hun betrokkenheid en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

Om deze deelvraag te beantwoorden is er gebruik gemaakt van deskresearch en kwalitatief onderzoek. Er zijn veel comitésleden die vanwege bepaalde redenen al verbonden zijn aan het fonds. Deze beweegredenen zijn terug te vinden in het hoofdstuk resultaten. Om te achterhalen of de comitésleden zich betrokken voelen bij het fonds en wat ze van het imago vinden, is er een face-to-face interview gehouden. Bij de comitésleden is er gekeken naar de spontane en geholpen naamsbekendheid. 'Uit onderzoek blijkt dat mensen denken dat producten of diensten van bekende merken beter zijn dan die van onbekende merken en dat het simpel verhogen van de naamsbekendheid een sterk positief effect heeft op de kwaliteitsperceptie van merkproducten. Als de respondent uit eigen geheugen de naam van het Prinses Beatrix Spierfonds zonder hulp kan noemen, dan heet dit spontane merkbekendheid. De volgende vraag die aan de respondent is gevraagd is: 'Welke andere doelen wat betreft spieren kent u?' De namen die hier onder vallen zijn de top-of-mind awareness (TOMA) (Floor & Van Raaij, 1998, p.149). Er is een onderzoek dat heeft gezegd dat het marktaandeel van een merk voor 70% bepaald is door naamsbekendheid en 30% 'slechts' door inhoudelijke associaties' (Riezebos & Van der Grinten, 2011, p.171-172). Bij het interview zijn er onderwerpen

gehanteerd aan de hand van het model Birkigt en Stadler (Birkigt & Stadler, 1986). Deze onderwerpen zijn terug te vinden in bijlage I (p.46) topic guide.

3. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de donateurs, hun donatiegedrag en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

Deze vraag is beantwoord aan de hand van deskresearch en kwalitatief onderzoek. Donateurs hebben verschillende redenen en opties om geld te doneren aan het fonds. Deze opties zijn aan de hand van deskresearch weergegeven in het tweede hoofdstuk situatieanalyse. Tevens heeft er op de afdeling Fondsenwerving overleg tussen de medewerker en onderzoeker plaatsgevonden om inzicht te krijgen in het donatiegedrag. Bij de donateurs is er ook gekeken naar de spontane en geholpen naamsbekendheid. Als de respondent uit eigen geheugen de naam van het Prinses Beatrix Spierfonds zonder hulp kan noemen, dan heet dit spontane merkbekendheid. Zowel bij de comitésleden als de donateurs is volgende vraag aan de respondent gevraagd: 'Welke andere doelen wat betreft spieren kent u?' De namen die hier onder vallen zijn de top-of-mind awareness (TOMA) (Floor & Van Raaij, 1998, p.149). Bij het interview zijn er onderwerpen gehanteerd aan de hand van het model Birkigt en Stadler (Birkigt & Stadler, 1986). Deze onderwerpen zijn terug te vinden in bijlage I (p.46) topic guide.

4. Op welke wijze komen de vier kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds overeen bij de vaste donateurs en comitésleden?

Deze vraag is beantwoord aan de hand van kwalitatief onderzoek. De donateurs en comitésleden zijn ondervraagd in een face-to-face interview. Om achter het gewenste imago te komen is er rekening gehouden met de volgende topics die te maken hebben met het model van Birkigt en Stadler (1986). Communicatie, gedrag en symbolen komen terug in de vraagstelling aan de donateurs en comitésleden. De eerste vraag die per onderwerp is gevraagd is heel algemeen. Dit is bewust gedaan, zodat de respondent volledig zijn of haar mening kan geven. Bij deze deelvraag is gebruik gemaakt van card sorting. Om achter de kernwaarden van de organisatie te komen is het belangrijk om card sorting te gebruiken. Hierbij kan de respondent kiezen welke kernwaarden ze het beste vinden passen bij het fonds. Tevens is er gebruik gemaakt van beeldmateriaal, waardoor de respondent kan vertellen wat ze ervan vinden. Om een goed imago te creëren is het belangrijk dat het duidelijk is wat de donateurs en comitésleden vinden van het fonds. Zijn het logo en de huisstijl nu duidelijk en vindt men dit ook passen bij het fonds? Mocht de respondent even niet uit zijn of haar hoofd weten wat de kleuren of het logo zijn van het fonds, is het geheugen even opgefrist aan de hand van beeldmateriaal. Aan het einde van het interview komen de persoonlijke vragen aan bod. Er zijn veel vragen als 'Wat zou u doen als..', hiermee probeert de interviewer het persoonlijk te maken. Zo voelt de respondent zich gewaardeerd, omdat er echt om zijn of haar mening is gevraagd. Door deze persoonlijke benadering hoopt de interviewer meer achter het antwoord te komen.

§5.1.2 SELECTIE

Om aan de respondenten voor het interview te komen is er gekozen voor een doelgerichte steekproef. Hierbij is er sprake van selectie op basis van bepaalde kenmerken. Het doel is om informatie te halen waar de organisatie het vandaan wil hebben (Verhoeven, 2011, p.191). De opdrachtgever heeft bij het selecteren van de stakeholders bepaalde eisen. Mocht er tijdens het interview door de respondenten verschillende antwoorden ter sprake komen, dan zal de interviewer meer interviews afnemen (Baarda & De Goede, 1997, p.186).

Voor de vaste donateurs zijn er drie voorwaarden. Deze luiden als volgt:

- Vier losse gift donateurs;
- Vier vaste donateurs (zij hebben meervoudig geld gegeven aan het fonds met een minimale jaarwaarde van twintig euro);
- De donateurs zijn donateur of hebben een eenmalige gift gedaan na de naamsverandering in 2012.

Voor deze voorwaarden is gekozen, omdat het Prinses Beatrix Spierfonds wil weten of de donateurs na de naamsverandering in 2012 weten dat het fonds voor spierziekten staat. Daarnaast is er een onderscheid gemaakt tussen de vaste donateurs en losse gift donateurs. Hiervoor is gekozen om te kijken of er een groot verschil is in de denkwijze over het fonds.

Ditzelfde geldt voor de comitésleden. Deze voorwaarden luiden als volgt:

- Comitélid is betrokken bij het fonds na de naamsverandering in 2012;
- De geïnterviewde comitésleden komen uit verschillende regio's;
- Het comitélid heeft zelf geen spierziekte.

Voor deze randwaarden is gekozen, omdat het Prinses Beatrix Spierfonds de beweegredenen van de betrokkenheid van de comitésleden wil weten. Vandaar dat de comitésleden zelf niet en spierziekte mogen hebben. Ook bij de comitésleden is er gekozen om na 2012 betrokken te zijn bij het fonds. Hierdoor kan er gekeken worden of deze mensen betrokken zijn geraakt doordat ze weten dat het fonds voor spieren staat.

§5.1.3 GESPREKSTECHNIEKEN

Een interview staat of valt met de formulering van de vragen. De interviewer krijgt enkel betrouwbare en valide informatie als er goede en heldere vragen zijn. De interviewer moet op een aantal zaken goed letten. Deze luiden als volgt:

- Vragen en antwoorden moeten duidelijk en slechts voor één uitleg vatbaar zijn;
- De interviewer behandelt één onderwerp tegelijk;
- De interviewer gebruikt geen ingewikkelde taal;
- De interviewer past de taal aan op dat van de respondent;
- De interviewer formuleert de vragen zo neutraal mogelijk;
- De vragen moeten geen kennis veronderstellen waarvan de respondent wellicht niet bezit of feiten bevatten waarvan de respondent niet op de hoogte is;
- Indien er meer dan één vraag is voor het meten van hetzelfde begrip, moeten deze vragen inhoudelijk vergelijkbaar zijn (Baarda & De Goede, 1997, p.234-237 en Verhoeven, 2011, p.176).

Om de respondenten niet ongemakkelijk te laten voelen is er eerst een open vraag gesteld wat te maken heeft met communicatie, symbolen en gedrag. Denk hierbij aan: 'Wat vindt u van de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?' Zodra het direct op de man afgevraagd is kan de respondent zich mogelijk aangevallen voelen en geven ze enkel antwoord op de vraag om ervan af te zijn. Daarom heeft de interviewer de vragen op een indirecte wijze informatie verzameld. Na de open beginvraag is er een directe techniek gehanteerd, om zo alle informatie toch naar boven te krijgen (Baarda & De Goede, 1997, p.184).

Zodra de respondent niet het antwoord geeft in de goede richting, zal de interviewer doorvragen. Echter zijn er andere gesprekstechnieken om het gesprek goed te laten verlopen. Deze technieken kunnen zowel verbaal als non-verbaal karakter hebben.

- De interviewer let op haar houding en oogcontact. Dit stelt de respondent op zijn of haar gemak. De interviewer zal schuin tegenover de gesprekspartner aanschuiven, zodat de interviewer en respondent elkaar niet recht in de ogen hoeven te kijken. De interviewer doet niet haar handen over elkaar, dit komt gesloten over.
- Tijdens het verhaal van de respondent zal de interviewer oogcontact houden en af en toe knikken.
- De interviewer moet de stiltes soms laten voor wat het is. Het kan voorkomen dat de respondent wacht op de volgende vraag, maar het kan ook zo zijn dat de respondent aan het nadenken is. Volgens Emans zorgen regelmatige stiltes in een interview voor een beter verloop van een gesprek (Emans, 1990).
- De interviewer let op de toon en volume van de vragen en het doorvragen en praat verstaanbaar en rustig.
- De interviewer herhaalt de vraag indien nodig. Dit zal als volgt gaan: 'Als ik het goed begrijp, dan..' (Verhoeven, 2011, p.234-235).

De interviewer introduceert voor de duidelijkheid elk nieuw onderwerp dat zij aansnijdt. Dit doet de interviewer als volgt: 'Dan wil ik u nu graag een paar vragen stellen over..' De vragen die veel denkwerk vereisen zijn niet aan het eind gesteld, in verband met de concentratieboog van de respondent. Om concentratie en verveling bij de respondent te voorkomen, zijn er niet hetzelfde soort vragen achter elkaar gesteld door de interviewer. Aan het eind van het interview is het voor de respondent belangrijk om nog vragen te stellen. Daarom heeft het interview als laatste vraag: 'Heeft u verder nog op- en/of aanmerkingen?' (Baarda & De Goede, 1997, p.243 en Verhoeven, 2011, p.182). Gedurende het interview werkt de interviewer naar het einde toe. Bij de laatste vraag zal daarom de volgende vraag aan bod komen: 'Nu kom ik aan bij de laatste vraag..' (Verhoeven, 2011, p.236).

§5.1.4 MEETINSTRUMENTEN

Om helder alle technieken te gebruiken tijdens het interview is er gebruik gemaakt van verschillende meetinstrumenten. Deze zijn hieronder toegelicht. De uitwerking van de topic guide is terug te vinden in bijlage I (p.46).

Introductie

Voordat het interview begint zal de interviewer aan de respondent vragen of er een geluidsopname plaats mag vinden. De voordelen hiervan zijn dat de interviewer niet hoeft mee hoeft te schrijven en zich onvoorwaardelijk kan richten op de respondent. Aangezien de interviewer het interview moet uitwerken (verbatim) is ander voordeel dat de interviewer achteraf een letterlijke weergave heeft van het gesprek. Daarnaast kan de interviewer het gezegde zo vaak mogelijk terugluisteren. Dit verhoogt de betrouwbaarheid van de resultaten (Verhoeven, 2011, p.232).

Volgorde

Het is belangrijk dat de vragen door de interviewer in de juiste volgorde gesteld zijn. Dit kan namelijk effect hebben op de beantwoording ervan. De interviewer begint met eenvoudige en algemene vragen. Zo zijn er eerst vragen gesteld over naamsbekendheid. Daarna zijn er introductievragen die betrekking hebben op de respondent en het fonds. Daarna komt de communicatie, de symbolen, de persoonlijkheid en het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds aan bod. (Verhoeven, 2011, p.169).

Daarnaast is de volgorde van belang bij de onderwerpen en bij card sorting. Het begin van het interview is met een introductie van de respondent en de interviewer. Na het voorstellen zijn er vier introductievragen gesteld, waardoor de respondent zich zelf prettig gaat voelen. Dit zijn de neutrale vragen. Deze vragen zijn belangrijk, omdat dit voor een ontspannen sfeer zorgt. De interviewer wacht niet te lang om tot de kern van de vragen te komen, want dit kan er toe leiden dat de aandacht van de respondent verslapt. Verder lopen de onderwerpen logisch in elkaar over en springt de interviewer niet van de hak op de tak (Baarde & De Goede, 1997, p.242).

Card sorting

Er zijn in het interview enkele vragen waar de respondent keuze heeft uit meerdere opties. Dit is terug te vinden bij de symbolen. Hierbij is de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' laten zien en het logo. Daarnaast is er een lijst met uitspraken over het Prinses Beatrix Spierfonds voorgelegd aan de respondenten. De respondent is waarschijnlijk bij de derde of vierde keuze alweer vergeten en zal snel één van de laatste keuzemogelijkheden kiezen. Daarnaast kan de respondent ook vragen of de interviewer ze allemaal nog één keer wil opnoemen. Om dit probleem te voorkomen gebruikt de interviewer kaartjes om de respondent rustig zijn of haar keuze te kunnen maken. Daarnaast gebruikt de interviewer ook bij de definitie van gedrag gebruik van kaartjes, om zo de respondent alle mogelijkheid te geven om rustig te kijken. Hier staat de definitie op van Van Riel en dan gebruiken alle respondenten dezelfde definitie (Baarda & De Goede, 1997, p.240).

In de topic guide is de mening van de respondent gevraagd aan de hand van bepaalde stellingen over het Prinses Beatrix Spierfonds. Dit is gedaan door middel van card sorting aan de hand van de 5-puntschaal van Likert. De keuze voor de respondent is helemaal mee oneens, mee oneens, niet eens/niet oneens, mee eens, helemaal mee eens. Een oneven schaal brengt altijd een neutrale score met zich mee. Dit is ook het belangrijkste voordeel van de schaal, namelijk dat het de respondent de mogelijkheid biedt tot een neutrale keuze wanneer ze daadwerkelijk neutraal zijn. Het gevaar hiervan wordt 'centrale tendentie' genoemd. Kortom, de respondenten zijn in het algemeen eerder geneigd een midden antwoord te geven (Rensis Likert, 1932). Om de respondent niet te dwingen voor een keuze is er ook de optie 'weet ik niet' toegevoegd.

Open en gesloten vragen

De meeste vragen in dit interview bestaan uit open vragen. Bij een open vraag zijn de antwoord mogelijkheden vooraf niet gegeven. De respondent krijgt de gelegenheid om te antwoorden wat spontaan in hem of haar opkomt. Open vragen en vrije vraagstellingen komen het meest voor tijdens een interview (Swanborn, 2002, p. 163). Niet elke vraag kan open gesteld worden aan de respondenten, omdat de interviewer vragen stelt als: 'Heeft u de website wel eens bekeken?' Deze vragen zijn gesloten, maar geven ook genoeg informatie. Bij gesloten vragen liggen de antwoordmogelijkheden vast (Baarda & De Goede, 1997, p.231-233).

§5.1.5 ONDERZOEKSLOCATIE

Bij het bellen naar de donateurs en de comitésleden is er aan ze gevraagd waar zij het interview willen houden. Hierbij is de keuze gegeven om naar de Hogeschool Leiden of naar het kantoor te komen. Ook is de keuzemogelijkheid gegeven dat de interviewer naar hun huis of in de buurt van hun huis komt. Hiervoor is gekozen, omdat dan de drempel minder hoog is voor de respondent als het niet verplicht thuis gehouden hoeft te worden. Daarnaast kan de respondent aangeven wat voor hem of haar de prettigste locatie is.

§5.1.6 BENADERING

Naast het verschil in locatie is er ook een verschil in benadering. De donateurs zijn kwetsbaar om te benaderen. Zeker de losse gift donateurs, want zij hebben slechts eenmalig een gift gegeven aan het fonds. In het telefoongesprek is ook duidelijk gezegd dat Sascha Roos een vierdejaarsstudent Communicatie aan de Hogeschool Leiden bezig is met haar afstudeerscriptie voor het fonds. Zo staat het fonds enigszins los van het interview en zullen mensen niet het idee hebben dat ze worden benaderd voor extra donaties. Daarnaast is er vanuit het fonds eerst een mail gestuurd naar de regiomanagers. Erna zijn de comitésleden die geïnteresseerd waren gebeld. Over de gekozen respondenten zal in het subhoofdstuk datacollectie meer te lezen zijn.

§5.2 DATACOLLECTIE

Tijdens het onderzoek is er gekeken naar de donateurs en de comitéleden van het Prinses Beatrix Spierfonds. Het fonds heeft 32.000 donateurs en 1.300 comitéleden. Bij de donateurs is een verschil te zien dat de ene donateur meer en vaker geld geeft aan het fonds dan een andere vaste donateur. Daarom is er een doelgerichte steekproef gehouden. Er is ook rekening gehouden met de hoeveelheid en de frequentie van het doneren. Daarnaast is er gekeken naar de man/vrouw verhouding en het verschil in leeftijd. Naast de vaste donateurs heeft het fonds ook losse gift donateurs. Om beide groepen te ondervragen zijn er vier vaste donateurs ondervraagd die meervoudig geld geven aan het fonds en vier losse gift donateurs die hebben gereageerd op een koude mail van het fonds, waarbij een acceptgiro is meegestuurd. Deze adressen zijn meestal gekocht of opgevraagd bij een bedrijf. Beide groepen bestaan uit ongeveer 10.000 mensen en zijn donateur geworden na 2012 toen er een naamsverandering is ondergaan. Deze vereiste is gewenst vanuit het fonds. Zij willen niet kijken naar het verleden, enkel naar de toekomst en dus naar hun nieuwe naam, logo en huisstijl. Aan de acht donateurs is vriendelijk gevraagd of zij willen meewerken aan het face-to-face diepte-interview en de keuze is aan hen voorgelegd waar ze het interview het prettigst vinden. De comitéleden zijn veelal hetzelfde type mensen. Namelijk wat ouder en begaan met de maatschappij. Daarom is er gekozen om slechts vier comitéleden te interviewen. Mocht er bij elk interview verbazingwekkende nieuwe resultaten uitkomen, dan zal de hoeveelheid interviews zichzelf uitbreiden. Tijdens het houden van de interviews is er rekening gehouden dat het interview in de ochtend is gehouden en in de middag is uitgewerkt.

Om een duidelijk beeld te krijgen van de donateurs en comitéleden zijn er respondentenschema's gemaakt. Deze zijn in bijlage V (p.58) terug te vinden bij figuur 23, 24 en 25. De selectie is gemaakt in overleg met het Prinses Beatrix Spierfonds.

§5.3 OPERATIONALISTATIE

Tijdens het face-to-face interview komen er verschillende thema's aan bod. Zo is er rekening gehouden met de naamsbekendheid, introductievragen, de communicatie, de symbolen, het gedrag en de persoonlijkheid van het Prinses Beatrix Spierfonds. Hiervoor is gekozen, omdat volgens Birkigt en Stadler (1986) identiteit de verzameling kenmerken is die door leden van de organisatie als typerend worden gezien voor het eigen bedrijf. Om de kenmerken intern en extern geaccepteerd te krijgen, moet een organisatie actief via de drie elementen van de corporate of organisatie-identiteitsmix (CI-mix) een beleid voeren, zodat relevante groepen dit te weten komen en erdoor worden gecharmeerd (Birkigt & Stadler, 1986 in Van Riel, 2003, p.42-43). De interviews zijn gedaan aan de hand van een topic guide. In bijlage I (p.46) is de topic guide te vinden voor de donateurs en voor de comitéleden. In bijlage III (p.54) zijn de overeenkomsten en verschillen tussen de verschillende topic guides terug te vinden.

De comitéleden zijn benaderd vanuit het fonds door hun vaste contactpersoon. De reacties hierop zijn gesorteerd, beantwoordt en gekozen door de onderzoeker. Bij de vaste donateurs heeft de onderzoeker gebeld en haar verhaal verteld. Hierbij is gekeken naar het donatiegedrag. Bij de losse gift donateurs heeft de onderzoeker in het bestand gezocht naar de meest recente donaties. Bij het fonds zijn er weinig gegevens van deze donateurs bekend. Vandaar dat de onderzoeker eerst het adres heeft ingevoerd in het telefoonboek en vanuit daar de losse gift donateurs heeft gebeld.

HOOFDSTUK 6. RESULTATEN

In dit hoofdstuk komen de resultaten aan bod. De resultaten zijn aan de hand van de deelvragen beantwoord. Dit zijn de deelvragen die in het derde hoofdstuk probleemstelling zijn geformuleerd. Er zal het aantal respondenten en het thema van het onderzoek aan bod komen (§6.1). De beantwoording van de deelvragen is terug te vinden in (§6.2). De deelvragen zijn onder andere beantwoord aan de hand van de deskresearch, verbatims (bijlage VI, p.59) en analyseschemas's (bijlage VII, p.97).

§6.1 BESCHRIJVING INTERVIEWS

Tijdens het onderzoek zijn er twaalf interviews gehouden. Hierbij is rekening gehouden met twee verschillende doelgroepen. Dit zijn de donateurs die bestaan uit de losse gift donateurs en de vaste donateurs. De andere doelgroep zijn de comitésleden. Elke groep bestaat uit vier respondenten. De onderbouwing van deze keuze is terug te vinden in het vijfde hoofdstuk methodologie. Tijdens het interview zijn de volgende onderwerpen aan bod gekomen: naamsbekendheid, introductievragen, communicatie, symbolen, persoonlijkheid en gedrag. Deze onderwerpen zijn geanalyseerd aan de hand van het model van Birkigt en Stadler (1986). Meer hierover is terug te vinden in het vierde hoofdstuk theoretisch kader.

§6.2 BEANTWOORDING DEELVRAGEN

Hieronder zijn de deelvragen die in hoofdstuk drie zijn geformuleerd weergegeven. Hieronder is de beantwoording van de deelvragen terug te vinden.

§6.2.1 DEELVRAAG 1

Naamsverandering Prinses Beatrix Spierfonds

Eind 2011 heeft het Prinses Beatrix Fonds besloten zich te focussen op spierziekten. Door deze strategische keuze was het fonds in staat zich duidelijk te positioneren naar de markt toe: het Prinses Beatrix Fonds staat voor spierziekten met als ultiem doel 'spierziekten de wereld uit'. In het verlengde van deze keuze zijn de visie en missie van het Prinses Beatrix Fonds geformuleerd. Deze visie en missie zullen in combinatie met de merkwwaarden 'deskundig, transparant, innovatief en actief samenwerken' de komende jaren de leidraad vormen voor het beleid en de daaruit vloeiende activiteiten van het Prinses Beatrix Fonds.

Uit marktonderzoek in 2012 kwam overduidelijk naar voren dat het brede publiek niet weet wat een spierziekte is. Laat staan dat men weet hoe ernstig een spierziekte kan zijn. Daarom wilde het Prinses Beatrix Fonds beter in beeld gaan brengen wat een spierziekte is en wat de gevolgen van het hebben van een spierziekte zijn. In nauwe samenhang hiermee wilde het fonds ook het Prinses Beatrix Fonds meer zichtbaar maken. Beide elementen zijn randvoorwaarden voor een groei in fondsenwerving.

Een eerste stap in de goede richting was volgens het fonds de voorgenomen naamswijziging van het Prinses Beatrix Spierfonds in 2012. Door al in de naamstelling duidelijk te maken waar het fonds voor staat, vond het fonds dat de eerste stap al is gezet. In nauwe samenhang heeft het fonds een nieuwe visuele identiteit in de vorm van een nieuw logo met passende huisstijl ontwikkeld die de positionering van het fonds naar de toekomst toe nader zal onderbouwen en onderstrepen. De nadruk voor wat betreft alle communicatie zal komen te liggen op het bewust maken van mensen van de ernst en de impact van spierziekten. Om dit te kunnen bereiken moet de communicatie opvallen om boven het maaiveld uit te kunnen komen. Maar opvallen is niet genoeg, de communicatie moet de doelgroep ook moeten raken, het moet iets 'doen'. Het zijn deze beide elementen: 'opvallen' en 'emotie' die er voor gaan zorgen dat niet alleen de bekendheid van spierziekten en het Prinses Beatrix Fonds stijgt. Maar ook dat de inkomsten uit fondsenwerving gaan stijgen. Want als 'het niets met je doet', raakt men niet betrokken en zal men ook niet gaan doneren.

Samenvatting deelvraag 1: In 2012 is de naam Prinses Beatrix Fonds naar Prinses Beatrix Spierfonds veranderd. Hierdoor konden mensen beter zien waar het fonds voor staat, want uit een kwalitatief onderzoek in 2012 bleek dat het brede publiek niet wist waar het fonds voor staat.

§6.2.2 DEELVRAAG 2

Betrokkenheid en naamsbekendheid comitésleden

In het interview zijn er verschillende onderwerpen aangehouden. Daarom zijn de resultaten van de comitésleden ook toegelicht aan de hand van de onderwerpen naamsbekendheid, betrokkenheid, communicatie, symbolen en gedrag.

Naamsbekendheid

Bij de vraag 'Welke goede doelen kent u allemaal?', komt het Prinses Beatrix Spierfonds bij de comitésleden niet vaak naar voren. Daarnaast komen er geen andere gerelateerde spierziekte fondsen naar boven (Analyseschema 1, p.97). Zodra er dieper is in gegaan op de specifieke doelen met een spierziekten is ALS en Spieren voor Spieren het meest bekend bij de comitésleden (Analyseschema 2, p.97-98).

Betrokkenheid

Uit de interviews komt naar voren dat de comitésleden goed weten wat het Prinses Beatrix Spierfonds doet en waar ze voor staan; namelijk onderzoek naar medicijnen voor mensen met een spierziekte (Analyseschema 3, p.98). De reden van het betrokken zijn is heel divers. Deze verschillen van 'ik wilde iets doen voor de maatschappij' tot 'mijn man heeft een spierziekte'. Bij de vraag hoe de comitésleden betrokken zijn geraakt bij het fonds, komen er diverse vragen naar voren. Deze luiden als volgt: 'benaderd zijn vanuit een callcenter of er misschien interesse was om te helpen met de collecteweek van het Prinses Beatrix Spierfonds', 'blind gebeld door de regiomanager of er interesse was om te komen helpen met het organiseren van de collecte', 'eerst een collectant en erna comitéslid geworden' en 'haar man heeft een spierziekte en bij het registreren bij het Prinses Beatrix Spierfonds is aan haar gevraagd of ze de collecte wilde oppakken in haar regio' (Analyseschema 4, p.98-99).

Respondent 9: 'In één zin zie ik het fonds als het steunen van onderzoek naar spierziekten.'

Communicatie

De communicatie naar de comitésleden wordt als netjes en duidelijk ervaren. De regiomanagers zijn heel vriendelijk en de comitésleden hebben het idee dat het hele fonds er echt voor wil gaan. Daarnaast geven de comitésleden aan dat het spotje met Jan Kooijman als leuk is ervaren en dat het fonds low profile is (Analyseschema 5, p.99-100). Het blijkt dat de comitésleden de informatie die ze nu ontvangen prettig vinden. De respondenten ontvangen de Spierkrant, e-mails, niets of via Facebook (Analyseschema 6, p.100). Daarnaast geven de respondenten aan dat de informatie die ze ontvangen voldoende, informatief en actueel is (Analyseschema 7, p.100-101). Ze hebben het idee dat het fonds communiceert wat ze kunnen en daarin niets achterhouden. Ook de communicatie vanuit het fonds wordt gewaardeerd en de comitésleden voelen zich gewaardeerd. De comitésleden ervaren de communicatie als spontaan, hartelijk en goed. Met Nieuwjaar ontvangen de comitésleden een briefje en dat is prima. Tevens ontvangen ze e-mails vanuit het fonds met daarbij directe mails naar de comitésleden zelf (Analyseschema 8, p.101-102).

Zeker de communicatie met de regiomanagers verloopt prettig. De comitésleden geven aan dat er in het verleden wel eens een fout zich heeft voorgedaan. Zo is er een keer bij de aanhef van een comitéslid als aanhef van een brief PSMA als initialen weergegeven, terwijl haar man de spierziekte PSMA heeft. Dit komt heel gevoelig over. Tevens is er aangegeven dat er vanuit het fonds een verkeerde bestelling is opgestuurd naar de comitésleden waar wat spullen miste. Hierdoor moest er nogmaals een bestelling worden gestuurd en dat is zonde van het geld. De comitésleden geven aan de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' is gezien en aan de andere kant geven de comitésleden aan dat ze de commercial niet hebben gezien. De comitésleden die de commercial hebben gezien waren enthousiast en vinden dat de commercial goed is, want het laat zien wat een spierziekte inhoudt. Aan de comitésleden die de commercial niet hebben gezien is de commercial uitgelegd en is er een foto met de wanten laten zien. Bij het zien en horen hiervan ervaren zij dit ook als een goede commercial. Verder is er aangegeven dat de spreekbeurtpakketten steeds beter gaan tegenwoordig en dat dit zeer positief is, omdat zo de jeugd ook aangesproken wordt. De comitésleden geven aan dat het fonds zichzelf hierin nog meer kan verdiepen en zorgen dat het fonds ook bij een jongere doelgroep nog meer aanspreekt (Analyseschema 9, p.102).

Respondent 11: 'Nou ze zijn allemaal heel hartelijk.'

Symbolen

Het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds vinden de comitésleden heel duidelijk, krachtig en kleurrijk. Ze herkennen het logo en de kleur oranje doet ze denken aan Prinses Beatrix. Het poppetje in het logo laat zien dat beweging belangrijk is en kracht uitstraalt. Daarnaast is de toevoeging Spierfonds goed geweest, dit maakt het een stuk duidelijker en overzichtelijk (Analyseschema 10, p.103). Wat betreft de vraag of de comitésleden de website wel eens hebben bekeken, is er aan de ene kant aangegeven dat de website is bekeken en aan de andere kant dat de website niet is bekeken. Waarom de website niet is bekeken, komt omdat het comitéslid geen internet heeft (Analyseschema 11, p.103). De comitésleden geven aan om de acties die de komende periode vanuit het fonds zijn georganiseerd weer te geven op de website van het fonds, om zo te laten zien wat er speelt bij het fonds. Tevens geven ze aan dat de website toegankelijk, laagdrempelig en snel moet zijn. Op dit moment is er aangegeven dat we website duidelijk is om je informatie te vinden (Analyseschema 12, p.104).

Respondent 12: 'Het is mooi opvallend oranje blauw. Het is veranderd he? Ik vind hem nu krachtiger. Mooi, duidelijk, kleurrijk. Niet te vraag dat het bijvoorbeeld niet binnenkomt. Ik vind het een mooi logo.'

Gedrag

Aan de comitésleden is gevraagd wat zij de zwakke en sterke punten vinden van het fonds. Hieruit is naar voren gekomen dat het lastig is om geld na de collecte te storten als je een andere bank hebt dan het fonds. Dan kan het kleingeld namelijk niet gestort worden. Daarnaast is er aangegeven dat er geen landelijke dekking is wat betreft het collecteren en dat het niet meer zo modieus is. Tevens is er aangegeven dat het zonde is om elke keer alle bussen op te sturen naar de comitésleden. Bij het versturen is er dan iets vergeten, wat opnieuw opgestuurd moet worden. Dat kost allemaal geld en dat kan het fonds eerder besteden aan onderzoek, vinden ze. Verder zitten er allemaal folders bij de collectebussen waar niemand naar kijkt. Daarnaast zit er dan een heel bosje raambiljetten bij, die vervolgens bijna niemand gebruikt. De comitésleden geven ook aan dat de communicatie beter kan. Het fonds moet wat vaker per jaar wat van zichzelf laten horen, waardoor de naamsbekendheid omhoog gaat. Als de comitésleden aan de deur voor de collecte komen, weten veel Nederlanders niet wat het fonds doet en waar het fonds voor staat. Ook is er geadviseerd om meer een landelijke campagne op te zoeken. Dit kan nog verbeterd worden. Sterke punten zijn de agenda's die alle collectanten krijgen na de collecteweek. Deze worden gewaardeerd door alle collectanten. Ook is het een sterk punt dat het fonds transparant is en ook zo overkomt. De comitésleden geven aan dat ze een duidelijk verschil in transparantie zien ten opzichte van andere fondsen (Analyseschema 15, p.105-106).

Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft in 2012 meegedaan aan een pilot waarbij er bij de collecte gepind kon worden. Social media is tegenwoordig heel belangrijk voor elke organisatie. Daarom is er aan de comitésleden gevraagd wat zij ervan vinden als het fonds een digitale collectebus op Facebook zet. Ze geven aan dat het iets leuks kan opleveren, omdat mensen vaak geld geven in en aan hun vriendenkring. Het is een andere en jongere doelgroep waarbij het collecteren op Facebook wel aanspreekt. De comitésleden geven aan de ene kant aan dat je de digitale collectebus op je Facebook kan plaatsen als je niet in staat bent om collecte te lopen. Zij zeggen dat het vooral belangrijk is om het menselijke contact te behouden. Aan de andere kant geven de comitésleden aan dat de kracht van collecte het persoonlijke contact is en dat je dat niet kwijt moet raken door de digitale collecte. Zij geven als reden aan dat de mensen aan de deur tijdens de collecte ook wisten dat ze konden pinnen en sms'en en dat deden ze ook niet. De comitésleden geven als reden dat de mensen het meteen moeten doen, anders vergeten ze het (Analyseschema 16, p.106-107).

Zodra er aan de comitésleden is gevraagd wat zij anders zouden doen als ze de baas zouden zijn van het fonds, antwoordden zij het volgende: zorgen voor meer landelijke dekking, meer aandacht in de collecteweek en meer kijken om scholen te betrekken bij het fonds of de collecteweek. Om de scholen te betrekken zou er een kleine promotie kunnen worden gegeven. Aan het eind van deze promotie zouden de kinderen dan ballonnen mee naar huis krijgen met een folder over het fonds. Zij geven aan dat het goed is om ook zo de ouders te bereiken, want de kinderen komen thuis met ballonnen van het fonds en vertellen hoe hun schooldag was. Uiteindelijk zijn ze zowel de kinderen als de ouders zich bewust wat de gevolgen kunnen zijn van een spierziekten (Analyseschema 17, p.107-108).

Bij de vraag wat de comitésleden aan een vriend of vriendin zouden vertellen over het fonds, zijn er positieve reacties gekomen. De comitésleden geven aan om uit eigen ervaring te vertellen, een filmpje laten zien, vertellen dat er meer onderzoek naar spierziekten gedaan moet worden en zeggen dat collecteren maar 1,5 á 2 uur van je tijd kost. Daarnaast is er als idee geopperd om aan mensen in een supermarkt wat te vertellen over het fonds en vervolgens vragen of ze hun statiegeld willen afgeven (Analyseschema 18, p.108).

De laatste vraag die aan de comitésleden is gesteld is of zij nog iets nodig hebben van het fonds om zich nog meer betrokken te voelen bij het fonds. Hieruit blijkt dat de comitésleden overwegend positief zijn. Er is geopperd om als fonds meer te lobbyen, om zo meer bewustheid te creëren bij de mensen. Bijvoorbeeld bij een braderie staan of bij de scholen vragen voor een maatschappelijke stage. Daarnaast is er ook aangedragen om wat meer updates over wetenschappelijke onderzoeken of doorbraken te communiceren. Het wordt wel gemeld in de Spierkrant, maar als er nieuws is wat betreft bestedingen met het geld of successen die behaald zijn vanuit onderzoeken kan dat meer gedeeld worden. Aan de andere kant is er aangegeven dat het fonds niet meer moet doen om meer betrokkenheid bij de comitésleden te krijgen, omdat het allemaal geld doet en dat geld kunnen ze beter besteden aan onderzoek (Analyseschema 19, p.108-109).

Respondent 11: 'Als je het over collecteren hebt; het kost je één of twee avondjes van 1.5 á 2 uur tijd en je doet wat goeds. Je draagt bij aan een goed doel en een maatschappelijk doel.'

Samenvatting deelvraag 2: De comitésleden weten waar het Prinses Beatrix Spierfonds voor staat en wat hun doelen zijn. De informatie die de comitésleden nu ontvangen vinden ze voldoende en informatief. De informatie ontvangen de comitésleden via de Spierkrant, e-mail en Facebook. Aan de ene kant geven de comitésleden aan dat ze de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' hebben gezien en aan de andere kant geven ze aan dat ze commercial niet hebben gezien. Verder is er aangegeven dat het fonds nog meer kan doen met de spreekbeurtpakketten, om zo een jongere doelgroep aan te spreken. De comitésleden geven ook aan dat de naamsbekendheid nog niet goed genoeg is van het fonds, dit zien zij terug als ze aan de deur komen met de collecteweek. Daarnaast komt het logo kleurrijk, duidelijk en krachtig over. De comitésleden geven aan dat de website duidelijk is. Ze zouden het een leuk idee vinden als er op de website een agenda te vinden is, waar alle evenementen en acties aangegeven zijn. Aan de andere kant geven de comitésleden aan dat de website niet is bekeken, maar dat komt omdat er geen internet aanwezig is in huis. De comitésleden hebben bijna geen slecht punt over het fonds te melden, maar als er iets in hun opkomt is het toch de naamsbekendheid en het zorgvuldig omgaan met het opsturen van de collectebussen. Er gaat nog wel eens een bestelling verkeerd, waardoor er nog een pakket moet worden nagestuurd dit kost uiteindelijk extra geld. Wat betreft het digitaal collecteren op Facebook zijn de meningen over verdeeld. De comitésleden vinden dat het ouderwetste collecteren zeker niet verloren moet gaan, maar aan de andere kant geven ze aan dat hierdoor een jongere doelgroep aangesproken kan worden. Als baas van het fonds zouden de comitésleden zorgen voor meer bekendheid, landelijke dekking en meer betrokkenheid van scholen. Als de comitésleden iets aan hun vriend of vriendin over het Prinses Beatrix Spierfonds vertelt dan is dit allemaal positief. Met de laatste vraag of de comitésleden nog iets nodig hebben van het fonds om zich meer betrokken te voelen, vinden ze dat dit al goed is. Wel is er het idee om meer te lobbyen bij scholen of meer te communiceren als er een wetenschappelijke doorbraak is.

§6.2.3 DEELVRAAG 3

Donatiegedrag en naamsbekendheid donateurs

Bij de donateurs is er onderscheid gemaakt in twee groepen. Vier vaste donateurs en vier losse gift donateurs. Meer informatie hierover is te vinden in het derde hoofdstuk onder het kopje doelgroep. In het interview zijn er verschillende onderwerpen aangehouden. Daarom zijn de resultaten ook gehanteerd aan de hand van naamsbekendheid, betrokkenheid, communicatie, symbolen en gedrag.

Naamsbekendheid

Bij het vragen welke goede doelen de donateurs kennen komt een enkele keer het Prinses Beatrix Spierfonds voorbij (Analyseschema 1. p.97). Zodra de vraag 'Welke goede doelen wat betreft spierziekte kent u?', komt naar voren dat de vaste donateurs meer andere fondsen kennen dan de losse gift donateurs. De losse gift donateurs noemen wel Spieren voor Spieren, terwijl de vaste donateurs deze niet noemen. De losse gift donateurs geven allemaal aan wel eens van het fonds gehoord te hebben, maar vrij weinig te weten van wat ze allemaal doen (Analyseschema 2, p.97-98). Echter hebben zowel de vaste donateurs als de losse gift donateurs het juiste antwoord op de vraag 'Wat denkt u dat het belangrijkste doel van het fonds is?' De vaste donateurs geven als antwoord op deze vraag dat het fonds onderzoek financiert en naar een medicijn of oplossing zoekt voor spierziekten. De losse gift donateurs geven aan dat ze denken dat het fonds onderzoek doet naar spierziekten en mensen helpen leven met een spierziekte (Analyseschema 3, p.98).

Betrokkenheid

De losse gift donateurs geven aan dat ze geld hebben gegeven aan het Prinses Beatrix Spierfonds, omdat ze het fonds betrouwbaar vinden overkomen. Daarnaast is er aangegeven dat ze aan random goede doelen geven en het prettig vinden om eenmalig te steunen om zo verder te komen met een onderzoek. De vaste donateurs geven aan de ene kant aan dat ze geld geven vanwege hun kleinzoon die een spierziekte heeft. Aan de andere kant geven de vaste donateurs aan dat ze de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' zo pakkend vonden. Daarnaast is er aangegeven dat ze niet meer wisten dat ze vaste donateur waren. Tevens is er aangegeven dat de ze op werk en uit verhalen van haar zusje geconfronteerd is aan van het geven van geld dat hun kleinzoon een spierziekte heeft, een ander vond de reclame 'StrikZe tegen Spierziekten' zo pakkend dat ze vaste donateur werd, weer een ander was eigenlijk alweer vergeten dat ze geld gaf aan het fonds en de andere vaste donateur gaf aan op haar werk en uit verhalen van haar zusje ermee geconfronteerd te zijn (Analyseschema 4, p.98-99).

Communicatie

De losse gift donateurs vinden het moeilijk om wat te vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds. Zij geven aan dit of alweer vergeten te zijn of het heeft geen indruk gemaakt. Wel is er aangegeven dat er een goed gevoel moet zijn geweest, anders is er geen donatie gedaan. Bij de vaste donateurs is er aangegeven dat ze aan de ene kant geen informatie ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds. Aan de andere kant geven de vaste donateurs aan wel communicatie te ontvangen. Het mag zelfs misschien wat minder, want er is aangegeven dat het fonds meer post en folders stuurt dan andere goede doelen waaraan zij geld geven. De Spierkrant één of twee keer

per jaar is voldoende, in plaats van per kwartaal. Verder is er aangegeven door de vaste donateurs dat er weinig is gecommuniceerd bij het brede publiek en dat zij de communicatie alleen via internet krijgen en niet via de televisie (Analyseschema 5, p.99-100).

Als er aan de vaste en losse gift donateurs wordt gevraagd op welke manier ze informatie willen ontvangen van het fonds, komen de Spierkrant, e-mail of internet het meest naar voren. Vooral de losse gift donateurs geven aan dat ze niet teveel post willen ontvangen. Zij raden het fonds aan om mensen in eerste instantie te benaderen met een acceptgiro. Hierbij geven zij aan dat mensen tegenwoordig meer post dan e-mail ontvangen, dus dat je zo de eerste keer met post de aandacht trekt. In deze brief willen de losse gift donateurs wel graag zien wat het fonds doet en waar het fonds voorstaat, zodat ze in één keer een goed beeld hebben van het fonds. De losse gift donateurs geven aan dat het een goed idee is om na de donatie de mensen te benaderen, maar dan een half jaar of jaar later. Hierin kan dan staan 'u heeft eerder een donatie gedaan, waarmee wij dit en dit hebben gedaan als fonds' (Analyseschema 6, p.100).

De vaste donateurs die hebben aangegeven dat ze de Spierkrant willen ontvangen lezen de Spierkrant ook. Het wordt als prettig ervaren dat de vaste donateurs kunnen aangeven of ze wel of geen post willen ontvangen. Daarnaast geven zij aan dat ze de informatie die zij nu ontvangen op zich prettig vinden en dat ze niet veel ontvangen vanuit het fonds. De communicatie die de losse gift donateurs hebben ontvangen van het fonds vinden zij als informatief en voldoende (Analyseschema 7, p.100-101).

Bij de vraag hoe het Prinses Beatrix Spierfonds naar de donateurs communiceert en of het fonds zich daarin kan verbeteren, vinden de losse giften dat dit niet op hen van toepassing is. Aan de andere kant geven ze aan dat de betrokkenheid meer zou zijn als je iemand kent met een spierziekte of als er een bedankbriefje na de donatie wordt opgestuurd. Hierdoor realiseren mensen zich dat ze geld hebben gegeven aan het Prinses Beatrix Spierfonds en geven ze eventueel nog een keer. De vaste donateurs hebben wel het idee dat ze een blijk van waardering krijgen en vinden het prettig om zelf aan te geven of ze wel of geen informatie vanuit het fonds willen ontvangen. Er is aangegeven dat er geen andere blijk van waardering gegeven hoeft te worden, omdat het fonds dat geld beter kan besteden aan onderzoek (Analyseschema 8, p.101-102).

Wat betreft de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' geven de losse gift donateurs aan dat ze er niet van gehoord hebben en dat ze er vaag van hebben gehoord. Bij de vaste donateurs is er ook aangegeven dat er niet van de commercial is gehoord of gezien. Zodra de uitleg van de commercial is gegeven door de interviewer, snappen de losse gift en vaste donateurs de commercial wel. Zij geven beide aan hier positief over te zijn en dat de commercial tot zijn recht komt. De beide donateurs geven aan dat het een prettige reclame is, maar een reclame die wel aangeeft wat een spierziekte teweeg kan brengen. Verder is er aangegeven dat de donateurs er niet voor zouden kiezen als fonds zijnde om één spierziekte centraal te zetten en die spierziekte een gezicht te geven. De donateurs vinden het goed om meerdere gezichten te laten zien en spierziekten centraal te houden, zodat zo elke spierziekte belicht wordt (Analyseschema 9, p.102).

Respondent 2: 'Ja die heb ik gezien. Daarmee laat je goed zien wat het is. Ik heb het geprobeerd, dat was heel moeilijk.'

Symbolen

Bij de vraag wat de donateurs vinden van het logo komt duidelijk naar voren dat zowel de losse gift donateurs als de vaste donateurs enthousiast zijn over het logo. De woorden krachtig, typisch en herkenbaar, prachtig en mooi, netjes, duidelijk, de doelstelling komt overeen en sprekend komen naar voren in de antwoorden. Aan de andere kant geven de vaste donateurs aan dat het poppetje in het logo niks te betekenen heeft en dat de kleur oranje voor goedkoop staat. De reden hiervan is dat de vaste donateurs vinden dat het poppetje levendig is en bewegend, terwijl mensen met een spierziekte dat niet zijn. De link met de ondertitel krachtig tegen spierziekte en spieren wordt niet gezien. Aan de andere kant geven de donateurs aan dat ze het poppetje niet herkennen, maar wel de kleuren en dat de kleuren sprekend zijn (Analyseschema 10, p.103).

Daarnaast komt uit de interviews naar voren dat de losse gift donateurs de website niet hebben bekeken. De losse gift donateurs geven aan als ze de website gaan bekijken, dat ze dan een overzicht van de acties van het fonds willen zien. Daarnaast geven ze aan dat ze op de website willen lezen wat het fonds doet, waar ze voorstaan en hoe de onderzoeken gaan (Analyseschema 11, p.103).

Bij de vaste donateurs blijft het bekijken van de website ook redelijk achter. De vaste donateurs die de website hebben bekeken, geven aan dat het een overzichtelijke website is. Zij geven aan dat ze gezien hebben dat er op de website een overzicht is van alle spierziekten, wat overzichtelijk is. De vaste donateurs die de website nog niet hebben bekeken, zouden het prettig vinden om te lezen over onderzoeken en wat het fonds doet. Op de website willen ze niet te veel tekst zien en de lettertype niet te groot (Analyseschema 12, p.104).

Respondent 6: 'Als ik zo naar het logo kijk, vind ik dat hun doelstelling goed overkomt. De kleuren zijn duidelijk en geeft een fijn gevoel. Daarnaast zie je aan het poppetje dat die wil bewegen, wat ik goed vind.'

Gedrag

Bij de vraag of de losse donateurs de zwakke en sterke punten kunnen opnoemen van het fonds blijkt uit de interviews dat dit lastig is om aan te geven. Als zwak punt geven zij aan dat ze de samenwerking met Everybody Dance Now niet hebben meegekregen en de commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' ook niet. Daarom zouden zij wat doen aan de landelijke aandacht en werken aan de naamsbekendheid. Als sterk punt is er aangegeven dat het fonds vriendelijk en betrouwbaar is en dat ze zich bezig houden met onderzoeken. Daarnaast is er aangegeven dat het fonds een positief imago heeft en een sympathieke reclame. De reclame was heel bescheiden en sympathiek. Uit de interviews komt naar voren dat de vaste donateurs het fonds betrouwbaar, transparant en vriendelijk vinden en dat het goed is dat ze zich inzetten voor nare spierziekten. Ook is er aangegeven dat het fonds gebruik maakt van twee leuke mannen in de uitingen. Hierbij is wel aangegeven dat er bij die twee leuke mannen iemand met een spierziekte bij moet staan, zodat je dan kan zien waar het voor is. Daarentegen is er wel gelijk aangegeven als zwak punt dat de reclames niet goed genoeg worden gecommuniceerd. De donateurs komen de reclames vrij weinig tegen. Zij geven aan dat er wat gedaan moet worden aan de zichtbaarheid en de naamsbekendheid van het fonds (Analyseschema 15, p.105-106).

Als de donateurs de vraag krijgen wat ze eventueel anders zouden doen als ze de baas zijn van het fonds, blijkt dit voor de losse gift donateurs een lastige vraag te zijn. Zij weten te weinig van het fonds om precies te weten waar ze mee bezig zijn. Omdat uit de interviews naar voren is gekomen dat de losse gift donateurs het fonds nooit ergens zijn tegengekomen, zouden alle losse gift donateurs wat doen aan de naamsbekendheid. Daarnaast zouden ze ervoor zorgen dat de losse gift donateurs niet snel meer denken: 'Het Prinses Beatrix Spierfonds behoort bij één van de vele fondsen die ik nu wat geld geef'. Ook is er aangegeven dat de losse gift donateurs het idee hebben dat er meer doelen zijn die zich bezig houden met spierziekten. Het idee is geopperd om deze krachten te bundelen. De vaste donateurs geven aan om meer te communiceren wat een spierziekte daadwerkelijk is. Ook is er aangegeven om wat vaker een nieuwsbrief met weetjes en succesjes te sturen. Wat meer dan één of twee keer per jaar. Iets meer van jezelf laten horen. Ze geven hierbij aan dat het niet zo duur hoeft te zijn. De vaste donateurs geven aan dat een reclamespotje op de televisie heel duur is en dat dat wel goed is voor je naamsbekendheid, maar niet perse voor je donateurs (Analyseschema 17, p.107-108).

Aan een vriend of vriendin zouden de losse gift donateurs positief over het fonds praten en vertellen dat het goed en belangrijk is om geld te doneren aan zo'n doel. De vaste donateurs zijn ook positief en zullen vertellen dat mensen ook donateur moeten worden, omdat het zo belangrijk is. Daarnaast is er aangegeven dat ze zullen vertellen dat onderzoek belangrijk is, omdat er nog niet genoeg onderzoek is op dit moment (Analyseschema 18, p.108).

De laatste vraag die gesteld is aan de donateurs is of ze nog wat nodig hebben van het Prinses Beatrix Spierfonds om zich (nog) meer verbonden te voelen tot het fonds. Hierbij geven de vaste donateurs aan om de website toegankelijker te maken, omdat je al vrij snel een overzicht krijgt van alle spierziekten en dat is nog al veel. Zij geven als idee om op de website een algemene omschrijving neer te zetten van wat een spierziekte over het algemeen met je doet en hoeveel mensen een spierziekte hebben. Daarbij is aangegeven dat het interessant is om te lezen hoeveel mensen met een spierziekte het overleven en wat het fonds daaraan wil doen. Tevens is er aangegeven dat het prettig zou zijn om een documentaire te zien over mensen met een spierziekte of het zien, hoe naar het ook is, om mensen te zien bij een behandeling. Daarnaast komt er naar voren om meer te laten zien als fonds zijnde, want zo zorgt het fonds uiteindelijk voor meer betrokkenheid. De losse gift donateurs geven ook aan dat het fonds meer moet inspelen op de bekendheid. Tevens zeggen zij dat het fonds meer van zichzelf moet laten horen bij een ontdekking of doorbraak, omdat mensen dan beseffen wat geld kan doen. Verder is er aangegeven om meer te communiceren over een spierziekte, omdat de losse gift donateurs aangeven ook niet goed te weten hoe ernstig een spierziekte is. Tot slot is er aangegeven om na een eenmalige gift een bedankbrief te sturen, zodat mensen beseffen dat ze geld hebben gegeven en het fonds op een positieve manier gaan onthouden (Analyseschema 19, p.108-109).

Respondent 7: 'In hoeverre ik wat mee heb gekregen van het fonds, zou ik zeggen dat het sterk is dat ze zich bezig houden met het onderzoek en dat ze vriendelijk zijn vanuit andere kanten. En zwak vind ik dan wel dat ik ze niet zie.'

Samenvatting deelvraag 3: De losse gift donateurs zijn over het algemeen niet betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds. Ze denken wel te weten wat het fonds doet, maar hebben verder niet meer over het fonds gezien of gehoord. De vaste donateurs zijn op een andere manier in aanraking gekomen met het fonds. Door persoonlijk contact met iemand die een spierziekte heeft of door de reclame 'StrikZe tegen Spierziekten'. Ook is er aangegeven door de vaste donateurs dat het prettig is om zelf aan te kunnen geven of je wel of geen informatie wil ontvangen van het fonds. De informatie mag zelfs nog wel wat minder. Verder is de Spierkrant informatief en voldoende, maar het ontvangen van de Spierkrant zou ook via de e-mail kunnen. De losse gift donateurs geven aan dat ze geen informatie hoeven te ontvangen van het fonds. Zodra zij een acceptgiro ontvangen vinden ze het prettig om in deze brief te lezen wat het fonds doet. Zowel de losse gift donateurs en de vaste donateurs vinden het logo krachtig, herkenbaar, duidelijk en aansprekend. Aan de andere kant is er aangegeven dat de kleur oranje goedkoop is en dat het poppetje in het logo nietszeggend is. De losse gift donateurs hebben de website niet gezien. Bij de vaste donateurs zijn de reactie verdeeld. Zodra de website is bekeken geven de vaste donateurs dat die overzichtelijk overkomt. Bij de zwakke punten van het fonds komt de naamsbekendheid naar voren. De communicatie uitingen van het fonds worden niet gezien. Verder komt het fonds wel betrouwbaar en vriendelijk over en vinden ze het goed dat er een organisatie is die zich inzet voor spierziekten. De donateurs zouden als zij de baas zouden zijn van het fonds daar ook meer mee bezig zijn. Om meer betrokken te raken bij het fonds hebben de vaste donateurs aangegeven een documentaire te willen zien of op de website te lezen wat het fonds heeft bereikt en heeft gedaan. De losse gift donateurs geven aan om meer aan de bekendheid te doen van het fonds en wat een spierziekte echt inhoudt. Ook geven ze aan om een bedankbriefje te sturen na de donatie, om zo in het geheugen te komen van de mensen.

§6.2.4 DEELVRAAG 4

Kernwaarden Prinses Beatrix Spierfonds

Tijdens het face-to-face interview is er aan de vier comitésleden, de vier vaste donateurs en de vier losse gift donateurs gevraagd of zij de kernwaarden deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken vinden overkomen bij het fonds (bijlage VII, analyseschema 12, 13 en 14, p.104-105).

Uit de interviews komt naar voren dat de donateurs en de comitésleden het lastig vinden om vier kernwaarden te noemen. Daarom noemen zij woorden die in hen opkomt bij het horen van de naam Prinses Beatrix Spierfonds. Zo geven de losse gift donateurs aan dat ze denken aan spieren, medicijnen, onderzoek en een enkele losse gift donateur geeft aan het fonds betrouwbaar te vinden. De vaste donateurs kunnen specifiek aangeven wat het fonds doet. Zij geven aan dat het fonds geld inzamelt voor spierziekten en zo een oplossing of medicijn zoekt. Bij het vragen of zij vier (kern)waarden kunnen noemen komen de volgende woorden naar voren: wetenschappelijk onderzoek, medicatie, ontwikkeling, vooruitgang, genezing en hulp. De comitésleden geven als vier woorden aan dat het fonds staat voor kundig, onderzoek, collecteren, hoop, wetenschappelijk, low profile, transparant, dromen en ziekte. Onder low profile bedoelen de comitésleden dat het fonds geen pagina grote advertenties heeft (Analyseschema 12, p.104).

Naar aanleiding van de vorige vraag over het noemen van de vier kernwaarden is er aan de respondenten een tabel voorgelegd met daarin een aantal vragen met 'Het Prinses Beatrix Spierfonds is.' Deze tabel is terug te vinden in bijlage II (p.52) toonmateriaal en in bijlage VI (p.59) in de verbatim. Hieronder zijn de resultaten weergegeven uit de tabel.

Losse gift donateurs

Uit de tabel met kernwaarden komt naar voren dat de vier losse gift donateurs vrijwel niets kunnen invullen, want zij hebben of geen contact gehad met het fonds of zij hebben het fonds nergens gezien. Ze geven ook aan geen mening te hebben over het fonds en daarom niet te kunnen oordelen over bepaalde waarden. De losse gift donateurs geven wel aan dat het fonds betrouwbaar en dat het fonds vriendelijk communiceert. De losse gift donateurs geven aan dat ze het belangrijk vinden als een fonds transparant, betrouwbaar en vriendelijk is, bezig is met onderzoek en zich houdt aan de gestelde voorwaarden (Analyseschema 14, p.105). Zodra er gezegd is dat de kernwaarden van het fonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken zijn, kunnen de losse gift donateurs hier geen mening over geven. Ze geven aan hier weinig ervaring mee te hebben of het niet goed te weten (Analyseschema 13, p.104).

Vaste donateurs

Het invullen van de tabel is allemaal positief. Aan de ene kant geven de vaste donateurs bij veel vragen aan dat ze het antwoord niet weten. Uit de interviews komt naar voren dat wanneer de vaste donateurs meer betrokken zijn bij het fonds, hoe positiever ze zijn over het fonds. Bijvoorbeeld de vaste donateurs waarvan hun kleinzoon ambassadeur is

van het fonds vinden dat het fonds heel goed communiceert naar de familie. Verder is er bij het woord conservatief aangegeven dat de vaste donateurs het fonds niet zo zien of het niet te weten. Voor het fonds zijn de kernwaarden belangrijk. De vaste donateurs geven bij deskundig aan dat ze het daar mee eens zijn of dat ze niet weten of het fonds deskundig is. Bij innovatief is er aangegeven dat de vaste donateurs het er niet mee eens/ niet mee oneens zijn. De kernwaarden transparant zijn de vaste donateurs het mee eens of helemaal mee eens. Daarnaast vinden ze dat het fonds actief samenwerkt met hen als donateur (Verbatims, bijlage VI, p.59).

Zodra er aan de vaste donateurs is gevraagd of zij de vier kernwaarden bij het fonds vinden passen, is er aan de ene kant aangegeven door de vaste donateurs dat ze het vinden passen bij het fonds. Aan de andere kant is er 'denk het wel' aangegeven en is er gezegd dat vooral innovatief niet past bij het fonds. Daarentegen geven de vaste donateurs aan dat ze actief samenwerken belangrijk vinden. Verder is er aan de vaste donateurs gevraagd wat zij belangrijk vinden voor een fonds. Hieruit kwam naar voren dat ze het belangrijk vinden waar het fonds voor staat en dat een fonds betrouwbaar, deskundig en transparant is. Ook is er aangegeven dat het belangrijk is om duidelijk over geld te communiceren en dat er onderzoek wordt gedaan (Analyseschema 12, p.104).

Respondent 10: 'Wat ik met name belangrijk vind is transparant. Dat is namelijk iets wat je bij veel goede doelen hebt; van wat verdient de directeur? Het jaarverslag staat op de site, dus ik bedoel wat dat betreft is het heel transparant. Deskundig daar ga ik vanuit, maar dat is op zich moeilijk controleren of toetsen van; is dat ook echt zo? Zo komen ze wel op mij over. De kernwaarden dekken de lading wat mij betreft.'

Comitéleden

Bij het invullen van de tabel geven de comitéleden op bijna alle antwoorden mee eens of helemaal mee eens. Opvallend is dat de comitéleden het fonds niet professioneel vinden. De reden hiervan is dat het fonds aan elkaar hangt met vrijwilligers. De comitéleden en de collectanten zijn vrijwillig en er is aangegeven dat het professionele team in Den Haag redelijk beperkt is. Dit is aan de andere kant ook gezien als een kracht. Verder is er door de comitéleden een enkele keer aangegeven bij creatief, ondernemend, innovatief, modern, communicatief, transparant en communiceert heel duidelijk dat ze het niet eens/niet oneens zijn. Deskundig is bij de comitéleden aangegeven als mee eens of helemaal mee eens. Aan de andere kant is er aangegeven niet te weten of het fonds deskundig is. Bij innovatief hebben de comitéleden aangegeven het hier helemaal mee eens te zijn. Aan de andere kant is er aangegeven het er mee eens/mee oneens te zijn. Bij transparant is hetzelfde verhaal als bij de kernwaarde deskundig. Daarnaast geven de comitéleden aan dat ze vinden dat het fonds actief met ze samenwerkt als comitélid (Verbatims, bijlage VI, p.59).

Als er aan de comitéleden is gevraagd wat zij vinden van de kernwaarden die bij het fonds zijn geformuleerd, geven zij aan dat ze dit absoluut vinden passen bij het fonds en dat het de lading dekt (Analyseschema 13, p.106). Daarnaast geven de comitéleden aan dat ze het belangrijk vinden als een fonds betrouwbaar, transparant, deskundig, wetenschappelijk en low profile is (Analyseschema 14, p.105).

Samenvatting deelvraag 4: De losse gift donateurs geven aan dat ze weinig kunnen zeggen over de kernwaarden en er niet veel van af weten. De vaste donateurs geven de volgende (kern)waarden aan het fonds: wetenschappelijk, onderzoek, medicatie, ontwikkeling, vooruitgang, genezing en hulp. De comitéleden geven als kernwaarden aan: kundig, onderzoek, collecteren, wetenschappelijk, transparant, low profile, onderzoek, deskundig, spieren en ziekte. De losse gift donateurs kunnen de tabel bijna niet invullen, omdat ze te weinig contact hebben gehad met het fonds. De vaste donateurs geven positieve reacties, met hier en daar nog wat weet ik niet. Daarnaast geven de comitéleden bij bijna alle woorden in de tabel aan dat ze het eens of helemaal mee eens zijn.

HOOFDSTUK 7. CONCLUSIES

In dit hoofdstuk wordt er antwoord gegeven op de probleemstelling. Dit is gedaan aan de hand van de volgende topics: naamsbekendheid, introductievragen, communicatie, symbolen, gedrag en persoonlijkheid. Ook zijn er in dit hoofdstuk korte antwoorden te vinden op de deelvragen. Allereerst is er een korte samenvatting over de deelvragen (§7.1). Daarna komt de conclusie aan bod (§7.2). Dit is vervolgd door de hypotheses (§7.3) en als laatste komt de probleemstelling ter sprake (§7.4).

§7.1 SAMENVATTING DEELVRAGEN

Hieronder zijn de deelvragen weergegeven met een korte samenvatting:

1. Op welke wijze is de naamsverandering van het Prinses Beatrix Spierfonds tot stand gekomen?

In 2012 is de naam Prinses Beatrix Fonds naar Prinses Beatrix Spierfonds veranderd. Hierdoor kunnen mensen beter zien waar het fonds voor staat, want uit een kwalitatief onderzoek in 2012 bleek dat het brede publiek niet wist waar het fonds voor staat.

2. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de comitésleden, hun betrokkenheid en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

De comitésleden weten waar het Prinses Beatrix Spierfonds voor staat en wat haar doelen zijn. De informatie die de comitésleden nu ontvangen, vinden ze voldoende en informatief. De commercial 'StrikZe tegen Spierziekten' is niet bij alle comitésleden opgevallen. Bij het collecteren merken de comitésleden aan de deur het Prinses Beatrix Spierfonds niet bekend is. Het logo komt kleurrijk, duidelijk en krachtig over. De comitésleden hebben bijna geen slecht punt over het fonds te melden. Als ze zelf wat mochten verbeteren, zouden ze de naamsbekendheid vergroten, het zorgvuldig opsturen van de collectebussen en meer betrokkenheid met scholen creëren.

3. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de donateurs, hun donatiegedrag en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

De losse gift donateurs zijn over het algemeen niet betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds. Ze denken wel te weten wat het fonds doet, maar hebben verder niets over het fonds gezien of gehoord. De vaste donateurs zijn op een andere manier in aanraking gekomen met het fonds. Door persoonlijk contact met iemand die een spierziekte heeft of door de reclame 'StrikZe tegen Spierziekten'. De donateurs vinden het logo krachtig, herkenbaar, duidelijk en aansprekend. Aan de andere kant geven ze aan dat de kleur oranje goedkoop is en dat het poppetje in het logo nietszeggend is. De donateurs vinden het zwakke punt van het fonds dat het fonds weinig naamsbekendheid heeft. Verder komt het fonds betrouwbaar en vriendelijk over.

4. Op welke wijze komen de vier kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds overeen bij de donateurs en comitésleden?

De losse gift donateurs geven aan dat ze weinig kunnen zeggen over de kernwaarden en er niet veel van af weten. De vaste donateurs geven de volgende (kern)waarden aan het fonds: wetenschappelijk, onderzoek, medicatie, ontwikkeling, vooruitgang, genezing en hulp. De comitésleden geven als kernwaarden aan: kundig, onderzoek, collecteren, wetenschappelijk, transparant, low profile, onderzoek, deskundig, spieren en ziekte. De losse gift donateurs kunnen de tabel bijna niet invullen, omdat ze te weinig contact hebben gehad met het fonds. De vaste donateurs geven positieve reacties, met hier en daar nog wat weet ik niet. Daarnaast geven de comitésleden bij bijna alle woorden in de tabel aan dat ze het eens of helemaal mee eens zijn.

§7.2 CONCLUSIE

Op basis van deze resultaten kan er per deelvraag een conclusie worden getrokken. Deze zijn hieronder weergegeven.

1. Op welke wijze is de naamsverandering van het Prinses Beatrix Spierfonds tot stand gekomen?

Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft in 2012 een kwalitatief onderzoek gehouden en hierin kwam overduidelijk naar voren dat het brede publiek niet wist waar het destijds Prinses Beatrix Fonds voor staat. Door de naamsverandering in 2012 van Prinses Beatrix Fonds naar Prinses Beatrix Spierfonds moet dit meer duidelijkheid bieden.

2. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de comitésleden, hun betrokkenheid en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat de comitésleden het Prinses Beatrix Spierfonds niet altijd noemen bij de vraag 'Welke goede doelen kent u?' en 'Welke goede doelen met een spierziekte kent u?'. Dit kan wel eens het assimilatieprobleem bij de respondent zijn. Dit houdt in dat de stellingen die na elkaar voorgelegd worden aan de respondent, qua inhoudelijke betekenis, zeer dicht bij elkaar liggen. Daarom mag verwacht worden dat de reactie op een stelling een sterke invloed zal hebben op de manier waarop de respondent reageert op de volgende stellingen. De

op die manier verkregen antwoordpatronen zullen dus een hoge consistentie vertonen die vooral het vervolg is van de opzet van de vragenlijst. Hiermee wordt bedoeld dat de respondenten het Prinses Beatrix Spierfonds bij de vraag ‘Welke goede doelen kent u?’ en ‘Welke goede doelen met een spierziekte kent u?’ niet noemen, omdat dit als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Aangezien het hele interview over het fonds gaat, is het ‘logisch’ dat de respondent dit fonds al kent (Berg, H. van den, Mehcz, M, Houtkoop-Steenstra, H. & Holleman, B., 2002, p.58).

Verder komt bij deze deelvraag naar voren dat het Prinses Beatrix Spierfonds nauwkeuriger kan zijn met het versturen van alle spullen. Daarnaast is het belangrijk dat de regiomanagers nauwkeurig te werk gaan om zo niet persoonlijke fouten te maken, zoals de adressering naar een comitélid die als initialen de spierziekten PSMA van haar man kreeg. Daarnaast zeggen de comitéleden om meer van jongs af aan bij de scholen te beginnen met de voorlichting over het Prinses Beatrix Spierfonds. Daarnaast geven de comitéleden aan meer landelijke dekking te creëren. Er is duidelijk naar voren gekomen dat de comitéleden het Prinses Beatrix Spierfonds transparant vinden en weten waar het fonds voor staat.

3. Hoe ziet het Prinses Beatrix Spierfonds eruit ten aanzien van de donateurs, hun donatiegedrag en de spontane en geholpen naamsbekendheid?

Uit de antwoorden van de donateurs is naar voren gekomen dat het fonds meer moet doen aan de naamsbekendheid. De donateurs noemen het Prinses Beatrix Spierfonds niet, omdat dit als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Aangezien het hele interview over het fonds gaat, is het ‘logisch’ dat de respondent dit fonds al kent (Berg, H. van den, Mehcz, M, Houtkoop-Steenstra, H. & Holleman, B., 2002, p.58).

De losse gift donateurs hebben vaak geld gegeven aan het fonds, omdat ze per jaar meerdere goede doelen iets geven. Opvallend is dat de vaste donateurs goed weten waar het fonds voor staat. Ook de losse gift donateurs hebben een idee waar het fonds voor staat, maar weten het niet helemaal zeker. Doordat het fonds nu in hun naam Prinses Beatrix Spierfonds staat, weten de donateurs dat het fonds voor spierziekten staat. De losse gift donateurs zijn niet bij het fonds betrokken en weten niet veel van het fonds.

De vaste donateurs geven aan dat de website voor meer betrokkenheid kan zorgen. Zij geven aan dat ze op de website willen lezen over het fonds wat ze doen en waar ze voor staan. Deze informatie staat echter al op de website van het Prinses Beatrix Spierfonds. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de vaste donateurs hun informatie niet goed op de website kan vinden. In de interviews is aan de donateurs de keuze voorgelegd om als fonds te kiezen voor één ambassadeur als gezicht van het fonds of om te kiezen voor meerdere gezichten. Hierin is naar voren gekomen dat de donateurs het Prinses Beatrix Spierfonds aanraden om te gaan voor meerdere gezichten die verbonden zijn aan het fonds. Deze verschillende spierziekten en gezichten laten zien wat een spierziekte inhoudt en teweeg brengt.

4. Op welke wijze komen de vier kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds overeen bij de donateurs en comitéleden?

Uit deze vraag is er duidelijk naar voren gekomen dat er een hoop verschil zit in de verschillende doelgroepen. Hoe meer betrokken de comitéleden of donateurs zijn bij het fonds, hoe meer ze van het fonds af weten. Uit de resultaten is gebleken dat de losse gift donateurs vrijwel niets over de kernwaarden kunnen zeggen en geen kernwaarden kunnen noemen. Wat opvallend is, is dat zij het fonds wel betrouwbaar over vinden komen. Daarnaast geven ze aan dat ze in eerste instantie een goed gevoel gehad moeten hebben bij het fonds, anders zouden ze niet doneren. De vaste donateurs kunnen ook lastig kernwoorden noemen. Wel komt het fonds deskundig, wetenschappelijk en transparant over. Verder geven ze aan dat het fonds niet innovatief overkomt. Het fonds wil niet conservatief zijn en de vaste donateurs vullen duidelijk in dat ze het fonds ook niet conservatief vinden. De comitéleden weten goed waar het fonds voor staat en komen redelijk uit de voeten bij het noemen van de kernwaarden. Daarnaast geven zij niet aan dat ze het fonds niet conservatief vinden.

§7.3 HYPOTHESES

Naar aanleiding van de resultaten zullen de hypotheses uit het vierde hoofdstuk worden aangenomen of verworpen. Alle drie de hypotheses kunnen worden aangenomen. De uitleg is hieronder weergegeven.

Hypothese 1:

‘Als de factoren communicatie, symbolen en gedrag en daarmee persoonlijkheid worden overgebracht op de stakeholders van het fonds, dan kan de gewenste identiteit worden bereikt.’

Uit de resultaten blijkt dat de meningen verdeeld zijn onder de stakeholders donateurs en comitéleden. Zo geven de losse gift donateurs aan dat ze niet veel over het Prinses Beatrix Spierfonds kunnen vertellen, omdat ze gewoonweg te weinig weten van het fonds. De missie en visie komen redelijk terug in de antwoorden van de donateurs en

comitéleden. Daarnaast is naar voren gekomen dat het fonds overkomt als een deskundig fonds dat erg vriendelijk is. Verder is gebleken dat de respondenten weten waar het fonds voor staat, namelijk het zoeken naar een medicijn of het zoeken naar een oplossing voor mensen met een spierziekten. Wat dat betreft komen de missie en visie over bij de stakeholders. Daarnaast geeft het logo goed aan waar het fonds voor staat. De gewenste identiteit is deels bereikt, want de respondenten weten waar het fonds voor staat. Alleen de losse gift donateurs kunnen vrij weinig over het fonds vertellen.

Hypothese 2:

‘Om de identiteit van de organisatie intern en extern geaccepteerd te krijgen, moet een organisatie via de drie elementen van de corporate of organisatie-identiteitsmix (CI-mix) een beleid voeren.’

Doordat er na de naamsverandering concrete kernwaarden zijn geformuleerd weet het fonds intern wat ze willen uitstralen en waar ze voor staan. Nu moet dit ook naar de buitenwereld gecommuniceerd en overgedragen worden. Dit begint bij de drie elementen van de organisatie-identiteitsmix communicatie, symbolen en het gedrag van een fonds. Mocht de communicatie goed gaan, de symbolen goed overkomen en herkenbaar zijn voor de stakeholders en het gedrag goed bevallen, dan zal dit extern uiteindelijk ten goede komen voor het Prinses Beatrix Spierfonds. Uit de resultaten blijkt dat de comitéleden het fonds duidelijk vindt communiceren. De vaste donateurs beamen dit en de losse gift donateurs kunnen hier niet veel over zeggen, omdat zij niet veel van het fonds weten. Daarnaast komt er naar voren dat de naamsverandering van Prinses Beatrix Fonds naar Prinses Beatrix Spierfonds goed is, omdat de respondenten nu weten waar het fonds voor staat. Wat betreft het gedrag van het fonds komt naar voren dat de respondenten aan een vriend of vriendin wat positiefs zou vertellen over het fonds. Wel zijn er verbeterpunten gegeven voor het fonds. Deze verbeterpunten zijn terug te vinden in het zesde hoofdstuk resultaten. Om als fonds te laten zien wie je bent en wat je wil uitstralen heb je alle drie de elementen van het corporate identity mix model nodig. De communicatie, het gedrag en de symbolen moeten allemaal goed gecommuniceerd worden en als positief worden ervaren door de stakeholders.

Hypothese 3:

‘Als het imago en de identiteit van de organisatie overeenkomen, dan draagt dit bij aan de betrokkenheid van de stakeholders.’

Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft de volgende kernwaarden geformuleerd: deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken (1+1=3). Verdere toelichting over deze kernwaarden zijn te vinden in het tweede hoofdstuk situatieanalyse. Aan de hand van deze kernwaarden wil het fonds geïdentificeerd worden door de stakeholders. Echter kan het beeld van het fonds onder de stakeholders anders overkomen. Uit de resultaten is naar voren gekomen dat de comitéleden weten waar het fonds voor staat. Daarnaast voelen zij zich zeer gewaardeerd door en betrokken bij het fonds. De vaste donateurs weten gedeeltelijk waar het fonds voor staat. De losse gift donateurs kunnen niet goed aangeven waar het fonds voor staat, maar geven aan dat het fonds wel deskundig overkomt. Verder zijn de donateurs en de stakeholders allemaal positief over het fonds. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het fonds haar gewenste identiteit goed overbrengt op de stakeholders donateurs en comitéleden. De mensen die meer betrokken zijn bij het fonds weten beter waar het fonds voor staat.

§7.4 PROBLEEMSTELLING

Na alle resultaten te hebben bekeken kan er antwoord worden gegeven op de probleemstelling van dit onderzoek. De probleemstelling luidt als volgt:

‘Wat is na de naamsverandering in 2012 het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de donateurs en de comitéleden?’

Uit de resultaten is duidelijk naar voren gekomen dat onder de donateurs en de comitéleden het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds positief is. De donateurs en comitéleden geven aan dat ze iets positiefs over het fonds zullen zeggen als ze het aan hun vrienden vertellen. Daarnaast weten de donateurs en de comitéleden dat het Prinses Beatrix Spierfonds zoekt naar een oplossing voor spierziekten. Echter is het opvallend dat de losse gift donateurs bijna niets weten van het fonds en het fonds ook nergens tegen komen. Wel geven zij aan dat ze het fonds betrouwbaar vinden overkomen. De vaste donateurs geven aan dat ze meer van het fonds willen zien in de media. Tevens geven de donateurs aan dat ze het fonds deskundig, wetenschappelijk en transparant vinden over. Verder geven ze aan dat het fonds niet innovatief overkomt. De comitéleden zijn het meest betrokken bij het fonds en merken aan de deuren dat niet iedereen het Prinses Beatrix Spierfonds kent. De comitéleden weten goed waar het fonds voor staat en komen redelijk uit de voeten bij het noemen van de kernwaarden. Al met al heeft het Prinses Beatrix Spierfonds een overwegend goed imago onder de respondenten.

HOOFDSTUK 8. AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk komen de aanbevelingen aan bod. Deze zijn naar aanleiding van de resultaten en conclusies getrokken. Deze aanbevelingen zijn aan de hand van de onderdelen uit de topic guide toegelicht (bijlage I, p.46) om het overzichtelijk te houden. Daarnaast geeft dit hoofdstuk antwoord op de doelstelling (§8.1) en zijn er aanbevelingen gegeven per onderwerp (§8.2).

§8.1 DOELSTELLING

De doelstelling luidt als volgt:

‘Inzicht geven in het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de stakeholders donateurs en comitésleden, teneinde de resultaten te delen met het fonds of de gewenste identiteit van het Prinses Beatrix Spierfonds daadwerkelijk overkomt op de donateurs en de comitésleden.’

Het model van Birkigt en Stadler (1986) is gebruikt om de doelstelling van het onderzoek te beantwoorden. Aan de hand van de onderdelen communicatie, gedag, symboliek en persoonlijkheid is er gekeken wat het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds is onder de stakeholders donateurs en comitésleden. In de topic guide (bijlage I, p.46) zijn ook de onderwerpen naamsbekendheid en introductievragen toegevoegd. Hieronder zijn de aanbevelingen per onderwerp weergegeven. Hoe dit verder geïmplementeerd dient te worden, is terug te vinden in het negende hoofdstuk.

§8.2 AANBEVELING PER ONDERWERP

Naamsbekendheid

Zoek meer de samenwerking op en communiceer dit naar de buitenwereld

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat het niet duidelijk genoeg is dat het fonds achter de schermen actief samenwerkt met Stichting Spieren voor Spieren, Stichting FSHD, Stichting Duchenne en Stichting ALS. Daarnaast is het voor de respondenten lastig om andere fondsen te noemen die zich inzetten voor mensen met een spierziekten. De comitésleden geven aan dat het Prinses Beatrix Spierfonds tijdens de collecteweek niet bekend is aan de deuren. Verder geven de donateurs aan niet van het fonds te horen of te zien. Aangezien er bij dit onderzoek de donateurs en de comitésleden zijn ondervraagd, is het van belang dat het fonds een nieuwe Communicatie of Marketing stagiaire aanneemt om de overige stakeholders te ondervragen. Zodra alle stakeholders zijn geïnterviewd kan er een algehele conclusie worden getrokken over wat het imago van het fonds is. De beste manier hiervoor is face-to-face interviews, omdat hierbij doorgevraagd kan worden en zo komt er meer informatie uit de respondenten.

- Communiceer de samenwerking meer naar de buitenwereld, dan weet Nederland dat uiteindelijk het geld goed wordt besteed. Laat hierbij met de andere fondsen zien aan Nederland wat een spierziekte is en wat de consequenties zijn. Er moet een boodschap overbracht worden aan heel Nederland over spierziekten, waardoor er meer besef is van de ernst. Vergader over de boodschap, maak een poster met de boodschap, verspreid deze boodschap op de website en hang de posters op in bushokjes in Nederland.
- Het is aanbevelingswaardig om meer public relations (PR) in te zetten en de media meer op te zoeken. Stuur meer persberichten naar de kranten, televisie en radio als fonds. Zodra dit niet wordt opgepakt, dient het fonds na te bellen.
- Neem in september een nieuwe afstudeerstagiaire van de opleiding Communicatie of Marketing aan. Zet een vacature online, ga sollicitatiegesprekken aan en wijs een stagebegeleider aan die actieve begeleiding verzorgt.

Introductievragen

Haal meer collectanten, comitésleden en donateurs binnen

Er is naar voren gekomen dat comitésleden zijn overladen met telefoontjes vanuit callcenters of een regiomanager die hen heeft benaderd om comitéslid te worden. In Nederland zijn er nog plekken waar geen collecte wordt gelopen, terwijl er wellicht mensen bereid zijn om te helpen. Op deze plekken moet het fonds zorgen voor bezetting. In het tweede hoofdstuk, uit tabel 10, blijkt immers dat het fonds een behoorlijk percentage ophaalt door middel van collecteren. Daarnaast zijn er in Nederland veel mensen bereid om geld te doneren aan goede doelen. Deze acceptgiro's moeten wel verstuurd worden. Uit het interview met de losse gift donateurs komt naar voren dat het prettig is om bij de eerste kennismaking door middel van de brief te lezen waar het fonds voor staat en wat het fonds wil bereiken. Geef daarbij ook aan welke resultaten er al zijn behaald op het gebied van onderzoek. Voor een goed overzicht in de brief, kan hier de tijdbalk in verwerkt worden. Deze aanbeveling is terug te vinden onder het kopje 'symbolen'.

- De regiomanagers, regiocoördinatoren en comitésleden moeten meer bellen om aan mensen te komen die collecte willen lopen of comitéslid willen worden. Maak eerst een lijst met telefoonnummers. Verdeel deze lijst onder de

regiomanagers, regiocoördinatoren en comitéleden. Houd bij wie geïnteresseerd is en wie niet opneemt. Bel deze mensen na. Betrek de geïnteresseerde mensen in de organisatieproces.

- Stuur meer acceptgiro's naar mensen in Nederland. Doe dit in de maand september, omdat dan ook de collecteweek is en de commercial is gelanceerd. Hierdoor ben je als fonds meer zichtbaar. Vraag adressen op. Maak een brief met daarin wat het fonds doet en waar ze voor staan. Verstuur de brieven. Stuur na een donatie een bedankbrief. Registreer deze mensen in het systeem.

Communicatie

Laat het fonds meer zien

De resultaten laten zien dat de kwaliteit van de commercials en de communicatie-uitingen goed zijn. Daarbij is wel aangegeven dat de commercial 'StrikZe tegen Spierziekte' niet door de respondenten is gezien. Zodra deze commercial bij meer mensen onder de aandacht komt, krijgen meer mensen het besef wat een spierziekte is. Daarnaast geven de comitéleden en de vaste donateurs het prettig te vinden om de Spierkrant per e-mail te ontvangen. Het is aanbevelingswaardig om de donateurs de optie post of e-mail te geven. Hiermee kan het fonds geld besparen. Uit de resultaten is naar voren gekomen dat de losse gift donateurs aanraden om na hun gift een half jaar of een jaar later nog een acceptgiro te sturen. Ze geven aan dat het fonds hierin moet vermelden dat ze al eens een gift hebben gegeven en of ze nogmaals bereid zijn om te helpen met verder onderzoek. Zowel de donateurs als de comitéleden geven aan om niet voor één gezicht te kiezen vanuit het fonds. Geef meerdere spierziekten één gezicht. Tevens geven de vaste donateurs en de losse gift donateurs aan het als vervelend te ervaren om gebeld te worden om nogmaals te doneren of om hun donatie te verhogen. Verder zijn er in Nederland 200.000 mensen die een spierziekte hebben. Niet iedereen hiervan is donateur of bekend met het fonds. Zodra alle mensen met een spierziekte en hun familie en vrienden op de hoogte zijn van het fonds, dan leidt dit tot meer betrokkenheid en uiteindelijk tot meer donaties.

- Zorg ervoor dat het fonds met de jaarlijkse commercial in september langer en meer de publiciteit opzoekt. Laat de commercial niet alleen in de collecteweek zien, maar zeker twee maanden lang.
- Stuur naar mensen die een eenmalige gift hebben gegeven een half jaar of jaar later nog een brief met acceptgiro. Vermeld in deze brief welke onderzoeken hebben plaatsgevonden in de tussentijd of welke onderzoeken er nog lopen. Registreer na de verzending van de acceptgiro's van wie er geld is ontvangen. Sla deze contacten op en zet er een melding bij om een half jaar later nogmaals een acceptgiro te sturen.
- Stop het geld van het nabellen in het versturen van bedankbrieven, herhaling brieven en het werven van nieuwe donateurs.
- Zet elke maand een andere spierziekte centraal. Hierbij komen feitjes over de spierziekte aan bod en krijgen de verschillende spierziekten een gezicht. Hierbij kunnen de verschillende ambassadeurs van het fonds ingezet worden. De maand september wordt niet geadviseerd in verband met de collecteweek en de lancering van de commercial. Maak een overzicht welke spierziekte welke maand centraal staat. Geef de spierziekte een gezicht. Vermeld bij elke spierziekte één quote. Zet dit centraal op Facebook en op de website. Maak in de Spierkrant per kwartaal een kleine vermelding.
- Stuur alle mensen met een spierziekte die geregistreerd zijn een mail of brief met daarin informatie over het fonds en waar het geld zo hard voor nodig is. Geef de optie bij donateur worden of ze e-mail of post willen ontvangen vanuit het fonds. Stuur in de volgende brief naar vaste donateurs de keuze.

Symbolen

Zet de website meer in en zet meer op de website

Uit de resultaten komt naar voren dat niet elke respondent de website heeft gezien. Zeker de losse gift donateurs blijven hierin achter. Zorg ervoor dat de website in de brieven duidelijker vermeld wordt. De respondenten geven aan het interessant te vinden om een overzicht te zien van alle acties / activiteiten van het fonds. Dit kan variëren van kleine tot grote acties. Bijvoorbeeld de datum van de collecteweek, dansgala Free to Move, grote acties vanuit Nederland en de lancering van de nieuwe commercial. Daarnaast is gebleken dat de respondenten het vooral interessant vinden wat de onderzoeken allemaal hebben opgeleverd. Als er mensen op de website komen is het goed om in één oogopslag te zien wat het fonds allemaal heeft bereikt. Dit kan op een visuele manier weergegeven worden en hiermee kan het fonds goed laten zien waar het geld goed voor is geweest. Om voor meer betrokkenheid te zorgen dient het fonds na de collecteweek op de website en op Facebook met trots de bedragen per regio neer te zetten. Hier raken mensen van gemotiveerd en ook mensen die geen collecte lopen zien de opbrengst. Om nog meer betrokkenheid te creëren met diverse mensen die op de website komen, dient het fonds een kopje 'Wie zijn wij' prominent op de website te zetten. Hiermee geef je de medewerkers van het fonds een gezicht door middel van een foto met daarbij hun beweegredenen om te werken voor het fonds.

- Maak op de homepagina een overzicht met alle acties / activiteiten van het fonds. Maak een overzicht met alle

activiteiten. Maak ruimte op de website. Vermeld alle activiteiten hierin. Zet het prominent op de website. Voorbeeld hiervan is te vinden in bijlage IX (p.113).

- Maak op de website een tijdlijn wat er vanaf 1956 bereikt is wat betreft de onderzoeken en doorbraken. Ga in overleg met de wetenschappelijke afdeling. Maak een overzicht met de doorbraken. Zet deze tijdlijn op de homepage. Voorbeeld hiervan is te vinden in bijlage IX (p.113).
- Zet na de collecteweek op de website en op Facebook hoeveel geld elke regio heeft opgehaald. Registreer per regio hoeveel geld er is opgehaald. Vermeld dit op de website. Maak van de gelegenheid gebruik om de collectanten nogmaals te bedanken. Stuur de link door naar de collectanten in een bedank e-mail.
- Zorg dat de website duidelijker gecommuniceerd wordt naar de buitenwereld toe. Vermeld de website vaker in de nieuwsbrieven, in de commercial en in de brieven die gestuurd worden naar nieuwe adressen.
- Maak op de website een balkje aan met 'Wie zijn wij'. Maak van de werknemers een foto, zodat dit er hetzelfde uit ziet. Laat elke medewerker een stuk insturen waarom ze werken voor het fonds. Vermeld dit prominent op de website. Voorbeeld hiervan is te vinden in bijlage IX (p.113).

Persoonlijkheid

Laat de kernwaarden vaker terugkomen

De respondenten kunnen vrij gemakkelijk aangeven waar het fonds voor staat. Dit is positief. Hierin komt duidelijk naar voren dat het fonds zich bezighoudt met onderzoeken en ontwikkelingen van nieuwe medicijnen. Uit de resultaten is te zien dat vooral de donateurs niet weten dat het fonds de expertise niet zelf in huis heeft. De kernwaarden zijn voor het fonds heel belangrijk. Uit de resultaten komt naar voren dat de respondenten de kernwaarden transparant, deskundig en wetenschappelijk belangrijk vinden. Dit komt alleen nog niet terug. Laat de kernwaarden daarom vaker terugkomen, zodat mensen ze zien.

- Communiceer de kernwaarden meer in de brieven en de Spierkrant en laat deze prominenter terugkomen op de website. Haal de kernwaarden uit het jaarverslag. Vermeld deze kernwaarden onder een kopje op de website. Vermeld de kernwaarden meer in brieven naar de donateurs en in de brieven naar nieuwe donateurs.

Gedrag

Toon meer initiatief bij andere partijen

Uit de resultaten komt naar voren dat het fonds meer in contact moet gaan met andere partijen. Het is aanbevelingswaardig om het bij een jongere doelgroep te zoeken. Zo kan het fonds contact opnemen met middelbare scholen of Hogescholen om een samenwerking aan te gaan. Dit zorgt voor meer naamsbekendheid. De collecte begint te vergrijzen en zo kunnen jongere mensen door vanuit school te helpen, zien dat collecteren een kleine moeite is. Tevens kan het fonds contact opnemen met supermarkten. Zij zijn vaak bereid om wat te doen voor goede doelen. Zo moet het fonds bij het inleveren van de flessen een boks neerzetten om het statiegeld op te halen. Daarnaast moet het fonds ook meer contact opnemen met sportverenigingen. Mensen die sporten weten zelf maar al te goed hoe belangrijk spieren zijn. Hierbij kan in de kantine bij de kassa een Spierpot neergezet worden, waar mensen hun (wissel)geld in kunnen stoppen. Verder is er uit de resultaten naar voren gekomen dat de comitésleden meer willen doen voor het fonds. Omdat het gebruik van de spreekbeurtpakketten frequenter is, dienen de comitésleden langs basisscholen of middelbare scholen gaan om daar een verhaal te doen over het fonds. Hierna kunnen de comitésleden promotiemateriaal meenemen, zoals een ballon. Zodra de kinderen thuis komen met een ballon van het fonds, is er ook gelijk aandacht bij de ouders.

Uit de resultaten is naar voren gekomen dat er dingen beter moeten bij het fonds. De comitésleden hebben aangegeven bij de collecteweek vaak teveel folders te ontvangen. Deze folders worden niet gebruikt en vervolgens weggegooid. Hier kan geld bespaard worden. Comitésleden geven aan dat niet elke bank muntgeld kan ontvangen als je er geen pas van hebt. Dit zorgt voor problemen. Als dit probleem aan de orde is, moet het fonds de comitésleden een pas geven vanuit het fonds. Zo kan het inleveren van het opgehaalde geld in goede banen worden geleid. Tevens is er door de respondenten aangegeven om op een andere manier met spierziekte geconfronteerd te worden. Door een documentaire te zien over een evenement waar geld wordt opgehaald voor het fonds of film een persoon met een spierziekte, zodat de gevolgen van een persoon met een spierziekte goed zichtbaar zijn. Verder is het programma 'Je zal het maar hebben' aanbevelingswaardig. Daarnaast geven de comitésleden aan dat de collectanten het zeer waarderen dat ze aan het einde van de vorige collecteweek een agenda hebben gekregen.

- Neem contact op met middelbare scholen om collecteren als een maatschappelijke stage aan te bieden. Maak een overzicht met middelbare scholen. Neem contact op met de scholen. Houd een voorlichting.
- Neem contact op met Hogescholen om bij de opleiding communicatie en commerciële economie voor het Prinses Beatrix Spierfonds geld op te halen. Dit dient gedaan te worden door middel van het organiseren van een evenement.

Maak een overzicht van de Hogescholen met deze opleiding. Neem contact op met de scholen. Stel een begeleider vanuit het fonds ter beschikking.

- Neem contact op met de supermarkten en zorg ervoor dat er bij het inleveren van de flessen een statiegeldbak komt te staan van het Prinses Beatrix Spierfonds. Zoek een contactpersoon. Neem contact op en verspreid de statiegeld boksen.
- Neem contact op met sportverenigingen om daar een Spierpot neer te zetten bij de kassa. Zoek prominente sportverenigingen op. Verstuur een mail naar de clubs. Bel ze na. Stuur bij interesse Spierpotten op.
- Laat de comitésleden langs basisscholen en middelbare scholen gaan om voorlichting te geven. Informeer welke comitésleden geïnteresseerd zijn. Stuur promotiemateriaal op naar comitésleden.
- Vraag aan de comitésleden of zij extra folders willen ontvangen voor bij het lopen van de collecte. De regiomanagers maken een overzicht en communiceren dit aan het fonds.
- Vraag van tevoren aan de comitésleden of zij Rabobank hebben. Neem contact op met de regiomanagers. Communiceer het naar het fonds. Geef de mensen zonder Rabobank een bankpas van het fonds.
- Confronteer mensen op een andere manier met spierziektes. Maak een documentaire. Zoek een samenwerking met een programma op de televisie. Zoek een ambassadeur vanuit het fonds. Breng het leven van de ambassadeur in kaart.
- Zorg ervoor dat in de toekomst social media aan de collecteweek wordt gevoegd. Vergeet daarnaast niet het collecteren aan de deur. Zoals in het tweede hoofdstuk situatieanalyse in figuur 11 te zien is, heeft het Prinses Beatrix Spierfonds de collecte hard nodig en wordt er een aanzienlijk bedrag opgehaald. Maak een link aan die op Facebook en Twitter werkt. Vermeld dit op de website, in de brieven naar donateurs, in de Spierkrant en op Facebook.
- Stuur jaarlijks een special mee in de Spierkrant over het doneren en de nalatenschap. De aanpak met betrekking tot nalatenschap is goed binnen het fonds. Dit blijkt uit tabel 9. Het Prinses Beatrix Spierfonds is ten opzichte van de landelijke opbrengsten succesvol. Maak een special. Verstuur deze jaarlijks. Vermeld in de special wat er allemaal is gebeurd en welke onderzoeken er lopen.

HOOFDSTUK 9. IMPLEMENTATIEPLAN

Om de aanbevelingen uit het achtste hoofdstuk goed uit te kunnen voeren is er een implementatieplan geschreven. Hierin zijn de activiteiten weergegeven met de daarbij horende taken. Ook is het doel van de activiteit en wie het moet uitvoeren weergegeven. Daarnaast komen ook de datum, kosten en uren aan bod. *Noot voor de lezer: de kosten die gespecificeerd zijn, zijn exclusief de kosten met betrekking tot salaris van de medewerkers.

Voor de duidelijkheid zijn de eindverantwoordelijke met hun functie hieronder toegelicht:

Jan-Ite de Ruijter	Directeur
Sonja van der Velden	Communicatieadviseur
Rosemary Slagmolen	Communicatiemedewerker
Eline Olsthoorn	Communicatiemedewerker
Jeroen van Aken	Fondsenwerver
Joanna van Drongelen	Hoofd Collecte & Vrijwilligersorganisatie
Betteke van Korstanje	Donateurs & Collecteadministratie

Figuur 13. Toelichting medewerkers

Activiteit	Doel	Verantwoordelijk	Datum	Kosten*	Tijdsduur
Naamsbekendheid					
Ga in contact met Spieren voor Spieren, Duchenne, ALS en FSHD voor een gezamenlijke campagne. -Vergader over de boodschap. -Maak een poster met de boodschap. -Vermeld de boodschap en poster op de websites. -Verspreid de posters in Nederland in bushokjes.	Gezamenlijk aan Nederland laten zien wat een spierziekte is.	-Contact met andere fondsen: Jan-Ite - Vergadering: Jan-Ite en Sonja - Poster maken: Eline - Website vermelden: Eline - Verspreiden: Sonja	Septem ber	€10 per poster (ruim genomen)	8 uur
Onderzoek bij de overige stakeholders van het Prinses Beatrix Spierfonds. -Zet een vacature online op de website. -Uitvoeren van sollicitatiegesprekken. -Begeleiden van afstudeerstagiaire.	Inzicht krijgen in het imago onder de rest van de stakeholders.	-Vacature online: Jan-Ite en Sonja - Sollicitatiegesprekken: Sonja -Begeleiding: Sonja -Onderzoek: afstudeer-stagiaire	01-09-2015	€250 euro per maand voor vijf maanden	Twee keer vijf maanden
PR inzetten en de media opzoeken, meer persberichten versturen en in de krant komen of samenwerkingen aangaan. -Verstuur persberichten naar kranten, televisie en radio. -Bel na zodra het niet wordt opgepakt.	Meer naamsbekendheid.	-Persberichten: Sonja -Nabellen: Sonja en Rosemary	Hele jaar door	Telefoonkosten	Vier uur per week
Introductievragen					
Bel per regio naar mensen in de omgeving om te helpen met de collecte of om	Meer collectanten en comitéleden binnenhalen.	-Begeleidend proces: Joanna -Uitvoerende taken:	Juni, juli, august	Telefoonkosten	Twee uur per dag

comitélid te worden. -Maak een lijst met telefoonnummers. -Verdeel de lijst onder de regiomanagers, regiocoördinatoren en comitéleden. -Houd bij wie geïnteresseerd is en wie niet opneemt -Bel de mensen na. -Betrekt de mensen in het organisatieproces.		regiomanagers, regiocoördinatoren en comitéleden	us		
• Stuur vaker acceptgiro's met een bijpassend verhaal naar nieuwe adressen. -Vraag adressen op. -Maak een brief met daarin wat het fonds doet en waar ze voor staan. -Verstuur de brieven. -Stuur na een donatie een bedankbrief.	Meer losse gift donateurs / vaste donateurs binnenhalen.	-Adressen opvragen: Jeroen Brief maken: Jeroen en Sonja - Brieven versturen: Jeroen en Betteke - Brief nasturen: Jeroen en Betteke	01-09-2015	€0,90 per brief	12 uur
Communicatie					
• Laat de commercial die gelanceerd wordt in september langer en vaker zien in Nederland. -Laat de commercial twee maanden zien.	Mensen komen eerder in aanraking met het fonds.	-Commercial langer inzetten: Sonja	13-09-2015 / 13-11-2015	€30.000 (bij RTL, prime-time)	4 uur
• Geef de donateurs de optie om informatie van het fonds te ontvangen via e-mail of via post. -Geef de optie bij donateur worden. -Stuur in de volgende brief de keuze.	Donateurs voelen zich gewaardeerd en begrepen bij deze keuze.	-Optie geven: Jeroen -Volgende brief: Jeroen	01-06-2015	Niet van toepassing	8 uur
• Stuur de losse gift donateurs een half jaar of later nogmaals een acceptgiro met daarin de nieuwe ontwikkelingen. -Vermeld in de brief welke onderzoeken hebben plaatsgevonden. -Registreer na de verzending van de acceptgiro's van wie er geld is ontvangen. -Sla deze contacten op. -Stuur half jaar of jaar later nogmaals een acceptgiro.	Betrokkenheid creëren en informatie over het fonds overdragen.	-Vermelding onderzoeken: Jeroen en wetenschappelijke afdeling -Registreren: Jeroen en Betteke -Nogmaals sturen: Jeroen	01-06-2015	€0,90 per brief	30 uur
• Stop met nabellen en zorg ervoor dat het geld besteed wordt aan het bedankbriefje, herhalingsbriefje of het werven van nieuwe donateurs.	Gegeven donateurs meer verbinden aan het fonds en werven van nieuwe donateurs.	Jeroen	01-06-2015	€0,90 per brief	Hele jaar door

• Elke maand één spierzieke centraal zetten. -Maak een overzicht welke spierzieke welke maand centraal staat. -Geef de spierzieke een gezicht. -Vermeld bij elke spierzieke één quote. -Zet dit centraal op Facebook en op de website. -Maak in de Spierkrant een vermelding.	Meer betrokkenheid creëren en inzicht geven in de spierziektes.	-Overzicht: Jan-Ite, Sonja, Rosemary, Jeroen en Eline -Gezicht geven: Sonja en Rosemary -Quote: Sonja en Rosemary -Website: Eline -Spierkrant: Jeroen	Elke maand	Niet van toepassing	4 uur per maand
Symbolen					
• Maak op de website een overzicht met alle activiteiten en evenementen die er aan komen. -Maak een overzicht met alle activiteiten. -Maak ruimte op de website. -Vermeld alle activiteiten. -Zet het prominent op de website.	Duidelijk overzicht wat er speelt binnen het fonds.	-Overzicht activiteiten: Eline -Ruimte website: Eline -Vermelden: Eline - Prominent website: Eline	01-06-2015	Niet van toepassing	8 uur
• Maak op de website een tijdlijn met de onderzoeken die er tot nu toe hebben plaatsgevonden. -Ga in overleg met de wetenschappelijke afdeling. -Maak een overzicht met de doorbraken. -Zet deze tijdlijn op de homepage.	Betrokkenheid creëren.	-Overleg: wetenschappelijke afdeling en Eline -Overzicht: wetenschappelijke afdeling en Eline -Website plaatsen: Eline	01-06-2015	Niet van toepassing	4 weken
• Zet op de website en op Facebook na de collecteweek de opbrengst per regio neer. -Registreer per regio hoeveel geld er is opgehaald. -Vermeld dit op de website. -Bedank de mensen. -Stuur de link naar de collectanten.	Dit zorgt voor waardering en betrokkenheid bij de collectanten en comitésleden.	-Registreren: Joanna -Website: Eline -Link doorsturen: Joanna	14-09-2015	Niet van toepassing	12 uur
• Vermeld de website vaker in nieuwsbrieven, in de commercial en in de brieven die gestuurd worden naar nieuwe adressen. -Vermeld in nieuwsbrieven. -Vermeld in de commercial. -Vermeld in brief naar nieuwe adressen.	Meer mensen op de website krijgen. Inzicht geven waar het fonds voor staat.	-Nieuwsbrieven: Jeroen -Commercial: Sonja -Nieuwe adressen: Jeroen	01-06-2015	Niet van toepassing	10 minuten per onderdeel
• Maak op de website een balkje aan met 'Wie zijn wij'. -Foto medewerkers. -Stuk insturen. -Website vermelden.	Gezicht geven aan het Prinses Beatrix Spierfonds en betrokkenheid creëren.	-Foto: externe fotograaf -Stuk insturen: Eline -Website: Eline	01-06-2015	Niet van toepassing	30 uur

Persoonlijkheid					
• Zet op de website de kernwaarden duidelijker en laat ze eerder naar boven komen. -Haal de kernwaarden uit het jaarverslag. -Vermeld onder een kopje op de website. -Vermeld meer in brieven naar de donateurs en in de brieven naar nieuwe donateurs.	Meer communiceren waar het fonds voor staat.	-Website: Eline -Vermelden donateurs: Jeroen	01-06-2015	Niet van toepassing	1 uur
Gedrag					
• Neem contact op met basisscholen en middelbare scholen. -Maak een overzicht met middelbare scholen. -Neem contact op met de scholen. -Houd een voorlichting.	Zorgen voor een maatschappelijke stage.	-Overzicht scholen: regiomanagers -Contact: regiomanagers - Voorlichting: regiomanagers/ comitéleden	01-09-2015	Telefoonkosten	9 uur
• Laat comitéleden langs scholen gaan voor een promotiepraatje. -Informeel welke comitéleden geïnteresseerd zijn. -Stuur promotiemateriaal op.	Naamsbekendheid creëren.	-Informeren: regiomanagers -Opsturen: Betteke	01-09-2015	Niet van toepassing	4 uur
• Neem contact op met de comitéleden voor de folders. -Regiomanagers maken een overzicht. -Communiceren aan het fonds.	Zo wordt er in de collecteweek niet onnodig posters en folders opgestuurd.	-Overzicht: regiomanagers -Communiceren: regiomanagers en Joanna	01-08-2015	Telefoonkosten	4 uur
• Vraag de comitéleden welke bank ze hebben. -Neem contact op met de regiomanagers. -Communiqueer het naar het fonds. -Geef de mensen zonder Rabobank een pas vanuit het fonds.	Irritaties voorkomen	-Contact opnemen: Joanna -Terugkoppeling: regiomanagers	01-08-2015	Telefoonkosten	Kan in zelfde gesprek als hierboven
• Contact opnemen met de verschillende supermarkten. -Contactpersoon zoeken. -Contact opnemen. -Statiegeld boksen verspreiden.	Statiegeld boksen neerzetten bij de supermarkten en naamsbekendheid creëren.	-Contact opnemen: Jeroen -Statiegeld boksen: Jeroen	01-11-2015	Telefoonkosten	7 uur
• Contact opnemen met diverse sportverenigingen. -Prominente clubs zoeken. -Mail versturen. -Bel na. -Spierpotten opsturen.	Spierpotten neerzetten op de toonbank om hier wisselgeld te doneren voor het fonds.	-Zoeken: regiomanagers -Mail: Jeroen -Nabellen: Jeroen en Betteke -Opsturen: Jeroen en Betteke	01-09-2015	Telefoonkosten	12 uur
• Ga in contact met Hogescholen voor projecten. -Maak een overzicht van de	Naamsbekendheid creëren.	-Overzicht scholen: regiomanagers -Contact: regiomanagers	01-07-2015	Telefoonkosten	12 uur

Hogeschole. -Neem contact op. -Stel een begeleider vanuit het fonds ter beschikking.		-Begeleider: Sonja			
• Maak een documentaire over iemand met een spierziekte of zorg voor meer bekendheid in programma's als 'Je zal het maar hebben'. -Zoek een samenwerking met een programma. -Zoek een ambassadeur. -Breng het leven van de ambassadeur in kaart.	Zorgen voor naamsbekendheid en betrokkenheid.	-Samenwerking: Sonja -Ambassadeur: Sonja	01-07- 2015	€3.000	20 uur
• Collecteweek op social media. -Maak een pagina aan die op Facebook en Twitter werkt. -Vermeld dit op de website, in de brieven naar donateurs, in de Spierkrant en Facebook.	Jongere doelgroep betrekken bij het fonds.	-Applicatie: Eline -Website en Facebook: Eline -Donateurs: Jeroen	01-09- 2016	€200	8 uur
• Stuur jaarlijks een special mee in de Spierkrant. -Maak een special. -Verstuur deze jaarlijks. -Vermeld in de special wat er allemaal is gebeurd en wat het gaat opleveren.	Meer donaties binnenkrijgen.	-Special maken: Jeroen -Versturen: Jeroen -Update: Jeroen en wetenschappelijke afdeling	01-02- 2016	€0,30 per pagina	12 uur

HOOFDSTUK 10. DISCUSSIE

Het laatste hoofdstuk is de discussie. Dit is een kritisch review van de opdrachtnemer van dit onderzoek. De sterke punten (§10.1) en zwakke punten (§10.2) van het onderzoek komen naar voren.

§10.1 STERKE PUNTEN

Betrokkenheid respondenten

Duidelijk naar voren is gekomen dat de comitésleden en veel vaste donateurs zich betrokken voelen bij het fonds. Daarom ging het regelen van de interviews relatief snel. De regiomanagers hadden allemaal comitésleden gevraagd die er tijd voor kunnen en willen vrij maken.

Kwaliteit topic guide

Achteraf is gebleken dat de kwaliteit van de topic guide van hoog niveau was. De respondenten gaven na het interview aan dat ze de vragen duidelijk geformuleerd vonden. Dat de antwoorden van de respondenten bruikbaar zijn voor dit onderzoek, komt mede doordat de respondenten open en eerlijk zijn geweest. Doordat de respondenten open waren, kon er doorgevraagd worden door de onderzoeker en zijn er meer interessante antwoorden naar boven gekomen.

Openheid vanuit het Prinses Beatrix Spierfonds

De werknemers van het Prinses Beatrix Spierfonds hebben de afgelopen vijf maanden een open houding aangenomen tegenover de onderzoeker. De onderzoeker is deze maanden overal bij betrokken. Daardoor heeft de onderzoeker een goed beeld kunnen krijgen van hoe de organisatie in elkaar steekt. Bij het opzetten van de topic guide zijn er meerdere werknemers die hun ideeën hebben gegeven en ernaar hebben gekeken. Dit is een voorbeeld van de open houding die tegenover de onderzoeker is aangenomen.

§10.2 ZWAKKE PUNTEN

Benaderen van losse gift donateurs

Voor het onderzoek waren er twee doelgroepen die zijn meegenomen in het onderzoek. Dit waren de comitésleden en de donateurs. De donateurs bestaan uit de vaste donateurs en de losse gift donateurs. Omdat de losse gift donateurs niet in het bestand staan van het Prinses Beatrix Spierfonds was het lastig om deze te benaderen. De losse gift donateurs staan allemaal in het bestand met een nummer. Met dit nummer kon er in het bestand van het fonds gezocht worden. In het bestand staat alleen het adres en de achternaam van de losse gift donateurs. Om de losse gift donateurs te kunnen benaderen voor een interview, moesten de adressen en achternamen van de losse gift donateurs opgezocht worden in het telefoonboek. Zodra de losse gift donateurs in het telefoonboek stonden, kon er gebeld worden. Het lastige van het bellen was dat de opdrachtnemer belde met: 'Goedemiddag, u spreekt met Sascha Roos namens het Prinses Beatrix Spierfonds.' Bij het horen van deze zin zeiden mensen al snel: 'Sorry, ik heb het druk, dag.' Daarom is er vanuit de opdrachtnemer een besluit genomen om de volgende telefoontjes te beginnen met: 'Goedemiddag, u spreekt met Sascha Roos. Ik schrijf momenteel mijn scriptie bij het Prinses Beatrix Spierfonds.' Dit kwam beter aan bij de losse gift donateurs. Aangezien de losse gift donateurs niet echt betrokken zijn bij het fonds, was het lastig om een afspraak met ze te maken.

Andere topic guide losse gift donateurs

Naar aanleiding van de interviews bleek het lastig te zijn om bij de vaste donateurs en bij de losse gift donateurs dezelfde vragen te stellen. Bij de losse gift donateurs moest er veel doorgevraagd worden, omdat zij gewoonweg te weinig wisten van het fonds. Achteraf had het waarschijnlijk meer opgeleverd om een aparte topic guide voor de losse gift donateurs te maken.

Niet representatief

Aangezien er kwalitatief onderzoek is gedaan in plaats van kwantitatief is het onderzoek niet representatief. De opdrachtnemer gaat uit van de antwoorden van de twaalf respondenten. Dit geeft een beeld van wat er speelt bij de respondenten, maar dit is niet hoe alle comitésleden, vaste donateurs of losse gift donateurs over het fonds denken.

Geen complete cijfers Centraal Bureau Fondsenwerving

In de situatieschets zijn er figuren gemaakt van de opbrengsten van het Prinses Beatrix Spierfonds ten opzichte van Nederland. Bij het maken van de tabellen, ontbraken soms getallen bij het Centraal Bureau Fondsenwerving. Daarnaast zijn de cijfers in de loop van de weken wel eens veranderd. Toen er contact is opgenomen met het Centraal Bureau Fondsenwerving, verwezen zij enkel door naar hun laatste verslag. Dit bracht soms verwarring met zich mee.

LITERATUURLIJST

- Aarts, N. & Woerkum, van. C. (2008). *Strategische communicatie: principes en toepassingen*. Assen: Koninklijke Van Gorcum BV. (p.227-228)
- Albert, S & Whetten, D.A. (1985). Organizational identity. *Research in Organizational Behavior*. Greenwich: Jai Press Inc. (p.263-295)
- Baarda, D.B. & Goede, M.P.M. de (1997). *Basisboek Methoden en Technieken*. Groningen: Noordhoff. (p.176, 180, 184, 186, 220-222, 226, 231-233, 240)
- Balmer, J.M.T. (2001). Corporate identity and the advent of corporate marketing, *Journal of marketing management*. (p.248–292)
- Barich, H., & Kotler, P. (1991). *A framework for marketing image management*. Sloan Management Review. (p.94-104)
- Berg, H. van den, Mehcz, M, Houtkoop-Steenstra, H. & Holleman, B. (2002). *Opinie-meten of opinie-maken? De rol van stellingvragen in markt- en opinieonderzoek*. Amsterdam: Stichting voor Culturele Studies. (p.58)
- Birkigt, K., Stadler, M. M., & Funck, H. J. (2002). *Corporate identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele*. Verlag Moderne Industrie. Landsberg Am Lech. (p.18-22)
- Blauw, E. (1986). *Het corporate image. Over imago en identiteit*. Amsterdam: De Viergang.
- Centraal Bureau Fondsenwerving. (2015). *Baten en lasten*. Geraadpleegd via, <http://www.cbf.nl/cijfers/baten-en-lasten/>
- Centraal Bureau Fondsenwerving. (2015). *Collecteopbrengst*. Geraadpleegd via, <http://www.cbf.nl/collecterooster/opbrengsten/bestedingsdoel/#starttab>
- Cheney, G. & Christensen, L.T. (1999), „Identity at issue: linkages between 'internal' and 'external' organisational communication“, forthcoming in Jablin, F.M. and Putnam, L.L. (Eds), *New Handbook of Organisational Communication*, Newbury Park, CA: Sage Publications. (p.231-269)
- Christensen, L., S. Askegaard (2001), „Corporate Image, Brand Image“, *European Journal of Marketing*. (p.292-315)
- Edell, J.A. & Staelin, R. (1983). *The information processing of pictures in print advertisements*. *Journal of Consumer Research*. (p.45-61)
- Emans, B. (1990). *Open interviewen. Theorie, techniek en training*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Enis, B. (1976). *An analytical approach to the concept of image*. *California Business Review*.
- Floor, K. & Van Raaij, F. (1998). *Marketingcommunicatie*. Derde druk. Noordhoff Uitgevers. (p.149, 575-576)
- Grinten van der, J. (2004). *Mind the Gap. Stappenplan identiteit en imago*. Derde druk. Den Haag: Boom Lemma. (p.22-26)
- Hatch, M.J. & Schultz, M. (1997). Relation between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*. (p.356-365)
- Herlé, M. & Rustema, C. (2012). *Corporate Communication Worldwide*. Tweede druk. Noordhoff Uitgevers, Groningen/Houten. (p.117-118)
- Margulies, W. P. (1977). *Make the most of your corporate image*. *Harvard Business Review* vol.(p.66-74)
- Melewar, T.C. & Jenkins, E. (2002). *Defining the corporate identity construct*. *Corporate Reputation Review*. (p.76-90)

- Michiels, W. (2010). *Communicatie handboek*. Identiteit, imago, merkmedia. Derde druk. Noordhoff Uitgevers, Groningen/Houten. (p.44, 55, 57)
- Olins, W. (1987). *The Corporate Personality*. An Inquiry into the Nature of Corporate Identity. New York: Mayflower.
- Patiëntenvereniging Spierziekten Nederland (1967). *Over ons*. Via, <http://www.spierziekten.nl/over-ons/>
- Prinses Beatrix Spierfonds (1956). *Geschiedenis*. Via, <https://www.prinsesbeatrixspierfonds.nl/wat-wij-doen/geschiedenis/>
- Prinses Beatrix Spierfonds (2012). *Jaarverslag 2013 gepubliceerd*. Via, <https://www.prinsesbeatrixspierfonds.nl/jaarverslag-2013-gepubliceerd/>
- Prinses Beatrix Spierfonds (2014). *Jaarverslag 2014*. Via, <https://www.prinsesbeatrixspierfonds.nl/app/uploads/2015/05/jaarverslag-2014-prinses-beatrixspierfonds.pdf>
- Prinses Beatrix Spierfonds (2012). *Wat wij doen*. Via, <https://www.prinsesbeatrixspierfonds.nl/wat-wij-doen/>
- Raaij, W.F. van, Vinken, H, Dun, L.P.M. van. (2002), *Het imago van de publieke sector als werkgever*, OSA-publicatie. (p.10)
- Rekom, J. van (1992). *Corporate Identity. Development of concept and measurement instrument*. Erasmus Universiteit Rotterdam, Faculteit Bedrijfskunde, Rotterdam.
- Rekom, J. van (1992). *De identiteit van het bedrijf, de belangrijkste troef van de eigen organisatie meetbaar gemaakt*, in: *Vrijetijdsstudies*. Uitgeverij Cereales, Wageningen. (Internet: http://www.gcw.nl/kiosk/vrijetijdsstudies/pdf/vts17_01.pdf)
- Riel, C.B.M. van (2003). *Identiteit en imago: Recente inzichten in corporate communication*. Derde druk. Schoonhoven: Academic Service. (p.42-43, 73-74, 76-80, 114-115)
- Riel, C.B.M. van & Fombrun, C. (2007). *Essentials of Corporate Communication*. Oxon: Taylor & Francis Group. (p.47-49)
- Riel, C.B.M. van & Balmer, J. (1997). *Corporate identity: the concept, its measurement and management*. European Journal of Marketing. (p.340-355)
- Riezebos, R. & Van der Grinten, J. (2011). *Positioneren: Stappenplan voor een scherpe positionering*. Derde druk. Boom Lemma Uitgeverij. (p.171-172)
- Stichting ALS (2005). *Stichting ALS*. Via, <http://www.als.nl/stichting-als/>
- Stichting Duchenne Parent Project (1994). *Wat wij doen*. Via, <https://www.duchenne.nl/#wat-wij-doen>
- Stichting FSHD (1997). *FSHD Stichting*. Via, <http://www.fshd.nl/index.php/nl/fshd-stichting>
- Stichting Spieren voor Spieren (1998). *Wat wij doen*. Via, <http://www.spierenvoorspielen.nl/wat-doen-wij/>
- Swanborn, P.G. (2002). *Evalueren*. Den Haag: Boom Onderwijs.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Vierde druk. Boom Lemma Uitgevers. (p.150, 169, 176, 182, 191, 234-236)
- Vos, M.F. (1992). *Het Corporate Image Concept. Een strategische benadering*. Utrecht: Boom Lemma Uitgevers. (p.52-56)

BIJLAGEN

BIJLAGE I. TOPIC GUIDE

In deze bijlage is de topic guide terug te vinden. Dit zijn er twee; één voor de vaste en losse gift donateurs en één voor de comitésleden. Hierin is de verantwoording terug te vinden waarom er is gekozen voor diverse topics met de daarbij horende vragen. Ook is de introductie en afronding weergegeven. Het toonmateriaal dat is weergegeven in het interview is terug te vinden in bijlage II (p.52).

1. Topic guide voor de vaste donateurs

De topic guide voor de vaste donateurs is een richtlijn. Tijdens het interview kunnen er extra vragen zijn gesteld. Deze zijn uiteraard terug te vinden in de analyseschema's en verbatims. Het interview kan eventueel een andere richting op gaan naar aanleiding van de antwoorden van de respondent. Aan de onderzoeker en tevens interviewer de taak om alle onderwerpen aan bod te laten komen.

Tijdsduur interview: 45 á 60 minuten

Locatie interview: op verzoek van de respondent

Interviewer en notulist: Sascha Roos

Materialen: mobiel voor de spraakrecorder, kaartjes, toonmateriaal, pen en papier

Introductie (5 minuten)

- Onderzoeker stelt zich voor
- Onderzoeker vraagt aan de respondent om zich voor te stellen
- Onderzoeker legt doel en aanpak van het onderzoek uit
- Onderzoeker vraagt of het gesprek opgenomen mag worden
- Onderzoeker vertelt dat de respondent anoniem is
- Onderzoeker vraagt of de respondent nog vragen heeft

Naamsbekendheid (3 á 5 minuten)

Om de geholpen naamsbekendheid te meten zijn algemene vragen gesteld over andere goede doelen. Daarnaast wil het fonds erachter komen of de donateurs weten wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds. Deze vraag is aan het begin van het interview gevraagd, omdat het fonds de mening wil horen van de respondenten voordat ze alle merkwwaarden van het fonds al weten. Dit zijn de spontane en geholpen reacties van de donateurs. Uit onderzoek blijkt dat mensen denken dat producten of diensten van bekende merken beter zijn die van onbekende merken en dat het simpel verhogen van de naamsbekendheid een sterk positief effect heeft op de kwaliteitsperceptie van merkproducten. Er is één onderzoek dat heeft gezegd dat het marktaandeel van een merk voor 70 procent bepaald is door naamsbekendheid en 30 procent 'slechts' door inhoudelijke associaties (Riezebos & Van der Grinten, 2011, p.171-172).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen luiden als volgt:

- Welke goede doelen kent u?
- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?
- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Introductievragen (8 á 10 minuten)

Om een goed beeld van de respondent te krijgen en een gemakkelijke en ontspannen sfeer te creëren, zijn er vier introductievragen gesteld. Dit zijn de neutrale vragen. De interviewer wacht niet te lang om tot de kern van de vragen te komen, omdat dit er toe kan leiden dat de aandacht van de respondent verslapt. Verder lopen de onderwerpen logisch in elkaar over en springt de interviewer niet van de hak op de tak (Baarde & De Goede, 1997, p.242).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen luiden als volgt:

- Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?
- Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Om de respondenten niet ongemakkelijk te laten voelen is er eerst een open vraag gesteld wat te maken heeft met de onderwerpen communicatie, symbolen en gedrag. Zodra het direct op de man gevraagd is voelen de respondenten zich mogelijk aangevallen en geven ze enkel antwoord op de vraag om ervan af te zijn. Daarom is het beter om op indirecte wijze informatie te verzamelen (Baarda & De Goede, 1997, p.184).

Communicatie (8 á 10 minuten)

Om antwoorden te krijgen op het onderwerp communicatie is er gekeken naar de CAS (Communication Audit Survey Questionnaire). Hier is steeds een vergelijking gemaakt tussen de gepercipieerde feitelijke situatie en de gewenste situatie. In de vragenlijst van CAS komen de volgende onderwerpen aan bod: oordeel over de kwantiteit van de te ontvangen informatie, oordeel over de kwantiteit van de te versturen informatie aan anderen en oordeel over de feedback. Voor dit onderzoek is het belangrijk om te kijken of de informatie en de communicatie op de gewenste manier overgebracht is (Van Riel, 2003, p.73-74).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de communicatie luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?
- In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, mail etc.)
- Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?
- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' op de televisie gezien of radio gehoord? Zo ja, wat vond u ervan?

Symbolen (8 á 10 minuten)

Symbolen spelen een belangrijke rol in de identiteitsmix (volgens Birkigt en Stadler (1986) is dit de communicatie, het gedrag en de symbolen). Bij het introduceren van een nieuw symbool zijn managers meestal sterk betrokken bij het keuzeprocess rondom dit belangrijke onderdeel van organisatie-identiteit. Binnen de identiteitsmix zijn symbolen het enige onderdeel dat door het management gecontroleerd kan worden. Bij symbolen kan er vrij eenvoudig op een directe manier worden bepaald hoe de identiteit eruit moet zien. Symbolen kunnen als volgt worden gedefinieerd: 'physical objects existing within an organizational context that connote meanings about the organization that are distinct from meaning connoted by these objects when viewed out of context' (Green & Loveluck 1994, in Van Riel 2003, p.76). Symbolen vervullen twee functies. Intern is een symbool een concrete zichtbaar object dat de identificatie met de organisatie moet versterken, het wij-gevoel stimuleren. Extern moet het de instinctieve herkenbaarheid van de organisatie vergroten. Uit onderzoek is gebleken dat beeldmateriaal veel meer herkenning oproept dan alleen woorden (Edell & Staelin, 1983, p.45-61). Hoe de doelgroep van een organisatie op de symbolen reageert, is dus van groot belang voor de organisatie. Om de symboliek van een onderneming te inventariseren kan er gebruikt gemaakt worden van facilities audit en graphics design audits (Napoles, 1988 in Van Riel, 2003, p.76). Bij de facilities audit is er gekeken naar het logo, huisstijl en interieur van de organisatie en bij de graphics design audit krijgt de organisatie een volledig overzicht van alle visuele symboliek (Van Riel, 2003, p.77-78).

Uit onderzoek van Van Riel en Van den Ban kan geconcludeerd worden dat een zorgvuldig gekozen logo spontane en gewenste identiteitskenmerken kan oproepen bij mensen (Van Riel & Van den Ban in Van Riel, 2003, p.79-80).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de symbolen luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)
- Heeft u de website van het Prinses Beatrix Spierfonds bekeken? Wat zou u graag op de website willen zien?
- Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet? *Laat logo zien aan respondent.*
- Kunt u aangeven wat u de vier kernwaarden als u de naam Prinses Beatrix Spierfonds hoort? *Vraag om enkele steekwoorden.*

Persoonlijkheid (8 á 10 minuten)

Om achter het gewenste imago van het Prinses Beatrix Spierfonds te komen is er gebruik gemaakt van card sorting. Hierbij gaat het om de bedrijfsuitingen en de denkbelden van de stakeholders over de onderneming. Door de interviewer zijn verschillende uitspraken op kaartjes gezet en aan de respondent gegeven. Deze leest de respondent en geeft aan of de uitspraken wel of niet van toepassing zijn op het fonds (Den Boer 1984 in Van Riel, 2003, p.114).

Vervolgens moet de respondent alle uitspraken rangschikken in de mate van belangrijkheid (Brown 1986; McKeown & Thomas 1988 in Van Riel, 2003, p.114-115). Het geeft een gedetailleerd inzicht in de mening van de respondenten. Het voordeel van card sorting is dat de respondenten gedwongen zijn om een keuze te maken.

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de persoonlijkheid luiden als volgt:

- Kunt u aangeven wat u de vier kernwaarden vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is..... *Door middel van card sorting. Aan de hand van de antwoorden komen er vragen naar boven. Waarom heeft de respondent ingevuld wat de interviewer terug krijgt?*
- Wat vindt u zelf heel belangrijk waar een fonds aan voldoet?
- Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Gedrag (8 á 10 minuten)

Gedrag is verreweg het belangrijkste en meest werkzame communicatie identiteit-instrument van de onderneming. Uiteindelijk zijn het de handelingen van een onderneming waarop de doelgroepen het fonds zal beoordelen. Wel is het mogelijk bepaalde gedragsaspecten door middel van communicatie en/of symboliek te onderstrepen (Birkigt & Stadler 1986). Aangezien gedrag een heel uitgebreid begrip is, is de uitleg van Van Riel aangenomen. Deze luidt als volgt: 'Gedrag is het dagelijks interne en externe functioneren van de organisatie gericht op het leveren van producten en diensten aan klanten' (Van Riel in Corporate Communications, 2001). Om voor de respondenten dit gelijke begrip te hanteren is er eerst een show card neergelegd met daarop de definitie van gedrag door Van Riel. Hierna kunnen er specifieke vragen gesteld worden over het fonds.

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over het gedrag luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?
- Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?

Afronding (1 minuut)

- Heeft de respondent nog op- of aanmerkingen
- Interviewer bedankt de respondent
- Interviewer vraagt of de respondent de resultaten wil ontvangen

2. Topic guide voor de comitésleden

De topic guide voor de comitésleden is een richtlijn. Tijdens het interview kunnen er extra vragen zijn gesteld. Deze zijn uiteraard terug te vinden in de analyseschema's en verbatims. Het interview kan eventueel een andere richting op gaan naar aanleiding van de antwoorden van de respondent. Aan de onderzoeker en tevens interviewer de taak om alle onderwerpen aan bod te laten komen.

Tijdsduur interview: 45 á 60 minuten

Locatie interview: op verzoek van de respondent

Interviewer en notulist: Sascha Roos

Materialen: mobiel voor de spraakrecorder, kaartjes, toonmateriaal, pen en papier

Introductie (5 minuten)

- Onderzoeker stelt zich voor
- Onderzoeker vraagt aan de respondent om zich voor te stellen
- Onderzoeker legt doel en aanpak van het onderzoek uit
- Onderzoeker vraagt of het gesprek opgenomen mag worden
- Onderzoeker vertelt dat de respondent anoniem is
- Onderzoeker vraagt of de respondent nog vragen heeft

Naamsbekendheid (3 á 5 minuten)

Om de geholpen naamsbekendheid te meten zijn algemene vragen gesteld over andere goede doelen. Daarnaast wil het fonds erachter komen of de comitésleden weten wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds. Deze vraag is aan het begin van het interview gevraagd, omdat het fonds de mening wil horen van de respondenten voordat ze alle merkwwaarden van het fonds al weten. Uit onderzoek blijkt dat mensen denken dat producten of diensten van bekende merken beter zijn die van onbekende merken en dat het simpel verhogen van de naamsbekendheid een sterk positief effect heeft op de kwaliteitsperceptie van merkproducten. Er is één onderzoek dat heeft gezegd dat het marktaandeel van een merk voor 70 procent bepaald is door naamsbekendheid en 30 procent 'slechts' door inhoudelijke associaties (Riezebos & Van der Grinten, 2011, p.171-172).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen luiden als volgt:

- Welke goede doelen kent u?
- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?
- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Introductievragen (8 á 10 minuten)

Om een goed beeld van de respondent te krijgen en een gemakkelijke en ontspannen sfeer te creëren, zijn er drie introductievragen gesteld. Dit zijn de neutrale vragen. De interviewer wacht niet te lang om tot de kern van de vragen te komen, omdat dit er toe kan leiden dat de aandacht van de respondent verslapt. Verder lopen de onderwerpen logisch in elkaar over en springt de interviewer niet van de hak op de tak (Baarde & De Goede, 1997, p.242).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de persoonlijkheid luiden als volgt:

- Hoe lang bent u al betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat is uw reden om betrokken te zijn bij het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Om de respondenten niet ongemakkelijk te laten voelen is er eerst een open vraag gesteld wat te maken heeft met de onderwerpen communicatie, symbolen en gedrag. Zodra het direct op de man gevraagd is voelen de respondenten zich mogelijk aangevallen en geven ze enkel antwoord op de vraag om ervan af te zijn. Daarom is het beter om op indirecte wijze informatie te verzamelen (Baarda & De Goede, 1997, p.184).

Communicatie (8 á 10 minuten)

Om antwoorden te krijgen op het onderwerp communicatie is er gekeken naar de CAS (Communication Audit Survey Questionnaire). Hier is steeds een vergelijking gemaakt tussen de gepercipieerde feitelijke situatie en de gewenste situatie. In de vragenlijst van CAS komen de volgende onderwerpen aan bod: oordeel over de kwantiteit van de te

ontvangen informatie, oordeel over de kwantiteit van de te versturen informatie aan anderen en oordeel over de feedback. Voor dit onderzoek is het belangrijk om te kijken of de informatie en de communicatie op de gewenste manier overgebracht is (Van Riel, 2003, p.73-74).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de communicatie luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?
- In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, mail etc.)
- Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als comitélid communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?
- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' op de televisie gezien of radio gehoord? Zo ja, wat vond u ervan?

Symbolen (8 á 10 minuten)

Symbolen spelen een belangrijke rol in de identiteitsmix. Identiteitsmix is volgens Birkigt en Stadler communicatie, gedrag en symbolen (Birkigt & Stadler, 1986). Bij het introduceren van een nieuw symbool zijn managers meestal sterk betrokken bij het keuzeprocess rondom dit belangrijke onderdeel van organisatie-identiteit. Binnen de identiteitsmix zijn symbolen het enige onderdeel dat door het management gecontroleerd kan worden. Bij symbolen kan er vrij eenvoudig op een directe manier worden bepaald hoe de identiteit eruit moet zien. Symbolen kunnen als volgt worden gedefinieerd: 'physical objects existing within an organizational context that connote meanings about the organization that are distinct from meaning connoted by these objects when viewed out of context' (Green & Loveluck 1994 in Van Riel, 2003, p.76). Symbolen vervullen twee functies. Intern is een symbool een concrete zichtbaar object dat de identificatie met de organisatie moet versterken, het wij-gevoel stimuleren. Extern moet het de instinctieve herkenbaarheid van de organisatie vergroten. Uit onderzoek is gebleken dat beeldmateriaal veel meer herkenning oproept dan alleen woorden (Edell en Staelin, 1983, Edell & Staelin, 1983, p.45-61). Hoe de doelgroep van een organisatie op de symbolen reageert, is dus van groot belang voor de organisatie. Om de symboliek van een onderneming te inventariseren kan er gebruik gemaakt worden van facilities audit en graphics design audits (Napoles, 1988 in Van Riel, 2003, p.76). Bij de facilities audit is er gekeken naar het logo, huisstijl en interieur van de organisatie en bij de graphics design audit krijgt de organisatie een volledig overzicht van alle visuele symboliek (Van Riel, 2003, p.77-78).

Uit onderzoek van Van Riel en Van den Ban kan geconcludeerd worden dat een zorgvuldig gekozen logo spontaan en gewenste identiteitskenmerken kan oproepen bij mensen (Van Riel en Van den Ban in Van Riel 2003, p.79-80).

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de symbolen luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)
 - Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet? *Laat logo zien aan respondent.*
 - Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)
 - Heeft u de website van het Prinses Beatrix Spierfonds bekeken? Wat zou u graag op de website willen zien?
 - Kunt u aangeven wat u de vier kernwaarden als u de naam Prinses Beatrix Spierfonds hoort?
- Vraag om enkele steekwoorden.*

Persoonlijkheid (8 á 10 minuten)

Om achter het gewenste imago van het Prinses Beatrix Spierfonds te komen is er gebruik gemaakt van card sorting. Hierbij gaat het om de bedrijfsuitingen en de denkbelden van de stakeholders over de onderneming. Door de interviewer zijn verschillende uitspraken op kaartjes gezet en aan de respondent gegeven. Deze leest de respondent en geeft aan of de uitspraken wel of niet van toepassing zijn op het fonds (Den Boer 1984 in Van Riel, 2003, p.114). Vervolgens moet de respondent alle uitspraken rangschikken in de mate van belangrijkheid (Brown 1986; McKeown & Thomas 1988 in Van Riel, 2003, p.114-115). Het geeft een gedetailleerd inzicht in de mening van de respondenten. Het voordeel van card sorting is dat de respondenten gedwongen zijn om een keuze te maken.

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over de persoonlijkheid luiden als volgt:

- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is..... *Door middel van card sorting. Aan de hand van de antwoorden komen er vragen naar boven. Waarom heeft de respondent ingevuld wat de interviewer terug krijgt?*

- Wat vindt u zelf heel belangrijk waar een fonds aan voldoet?
- Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Gedrag (8 á 10 minuten)

Gedrag is verreweg het belangrijkste en meest werkzame communicatie identiteit-instrument van de onderneming. Uiteindelijk zijn het de handelingen van een onderneming waarop de doelgroepen het fonds zal beoordelen. Wel is het mogelijk bepaalde gedragsaspecten door middel van communicatie en/of symboliek te onderstrepen (Birkigt & Stadler, 1986). Aangezien gedrag een heel uitgebreid begrip is, is de uitleg van Van Riel aangenomen. Deze luidt als volgt: *'Gedrag is het dagelijks interne en externe functioneren van de organisatie gericht op het leveren van producten en diensten aan klanten'* (Van Riel in Corporate Communications 2001). Om voor de respondenten dit gelijke begrip te hanteren is er eerst een show card neergelegd met daarop de definitie van gedrag door Van Riel. Hierna kunnen er specifieke vragen gesteld worden over het fonds.

Enkele hoofdvragen die aan bod komen bij het ondervragen over het gedrag luiden als volgt:

- Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft vorig jaar met een pilot meegedaan om tijdens de collecteweek ook te kunnen pinnen. Daarnaast zou het misschien een idee kunnen zijn om de collecte via social media in te zetten. Wat vindt u daarvan?
- Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?
- Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?
- Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?

Afronding (1 minuut)

- Heeft de respondent nog op- of aanmerkingen
- Interviewer bedankt de respondent
- Interviewer vraagt of de respondent de resultaten wil ontvangen

BIJLAGE II. TOONMATERIAAL

In deze bijlage is het toonmateriaal dat tijdens het face-to-face interview is laten zien aan de respondenten. Deze zijn aan de respondenten laten zien om een beter beeld te geven van de organisatie.

1. Commercial 'StrikZe tegen Spierziekten'



2. Spierkrant van het Prinses Beatrix Spierfonds



3. Logo van het Prinses Beatrix Spierfonds



4. Tabel met waarden over het Prinses Beatrix Spierfonds

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na						
is vriendelijk naar mij toe						
communiceert heel duidelijk						
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn						
deskundig						
betrouwbaar						
creatief						
ondernemend						
conservatief						
wetenschappelijk						
innovatief						
modern						
professioneel						
sociaal						
communicatief						
transparant						
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur / comitélid						
eigen invulling.....						

5. Beschrijving volgens Cees van Riel over gedrag

‘Gedrag is het dagelijks interne en externe functioneren van de organisatie gericht op het leveren van producten en diensten aan klanten’

BIJLAGE III. TOELICHTING TOPIC GUIDE

In deze bijlage zijn de verschillen en overeenkomsten van de verschillende topic guides terug te vinden.

Verschillen

Vaste donateurs	Losse gift donateurs	Comitéleden
Reden van doneren	Reden van doneren	Reden van betrokkenheid
X	X	Over de collecteweek en het collecteren op social media
Indien nodig Spierkrant laten zien	Spierkrant laten zien ter inspiratie	Indien nodig Spierkrant laten zien
X	Vragen hoe het fonds het beste contact op kan nemen met potentiële donateurs	X
Weinig moeten doorvragen	Heel veel moeten doorvragen	Nauwelijks moeten doorvragen

Figuur 14. Verschillen in topic guide

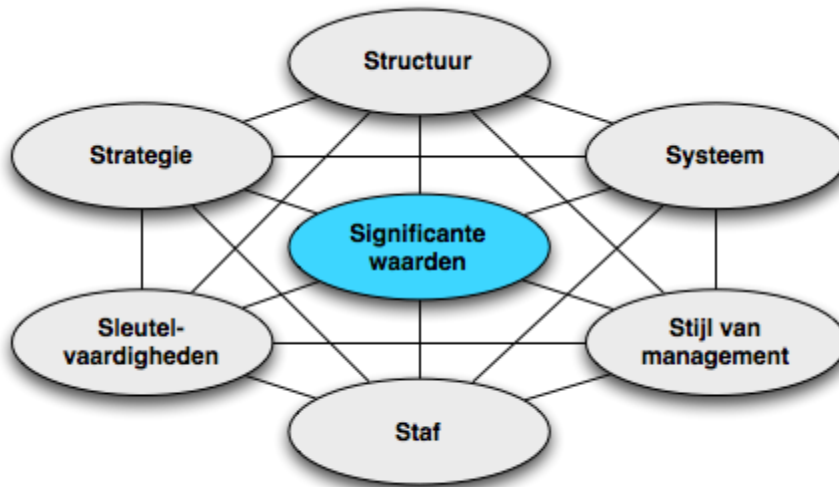
Overeenkomsten

Zowel bij de donateurs als bij de comitéleden is er gekeken naar de spontane en geholpen naamsbekendheid.
Zowel de donateurs als de comitéleden krijgen de volgende topics tijdens het interview: naamsbekendheid, introductievragen, communicatie, symbolen, persoonlijkheid en gedrag.
Zowel de donateurs als de comitéleden krijgen bij de onderwerpen communicatie, symbolen en gedrag een introductievraag, om zo hun mening te kunnen geven.
Zowel de donateurs als de comitéleden krijgen het logo te zien en krijgen een tabel met kernwaarden waar ze het eens of oneens mee kunnen zijn.
Zowel de donateurs als de comitéleden krijgen een kaartje met daarop de definitie van gedrag volgens Van Riel om zo een duidelijk beeld van gedrag te hebben.
Zowel aan de donateurs als de comitéleden is gevraagd of ze enkele steekwoorden kunnen noemen bij het horen van de naam Prinses Beatrix Spierfonds.

Figuur 15. Overeenkomsten in topic guide

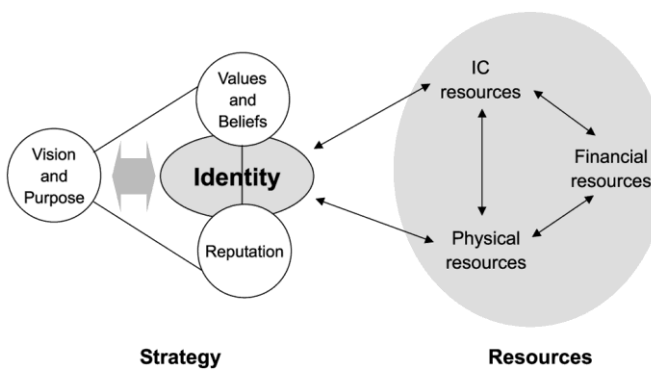
BIJLAGE IV. MODELLEN

In deze bijlage zijn alle modellen tijdens gedurende het onderzoek terug te vinden. De meeste modellen hiervan zijn uit het derde hoofdstuk theoretische kader, maar ook zijn ze terug te vinden in het tweede hoofdstuk situatieanalyse.



Bron: Strategischmarketingplan.com

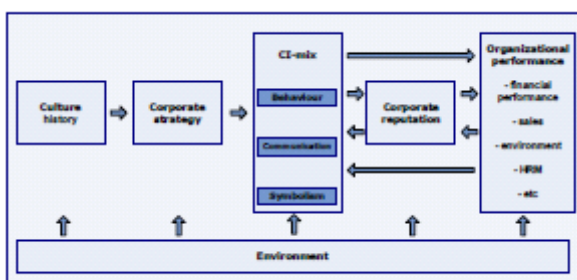
Figuur 16. 7S model van McKinsey (1981).



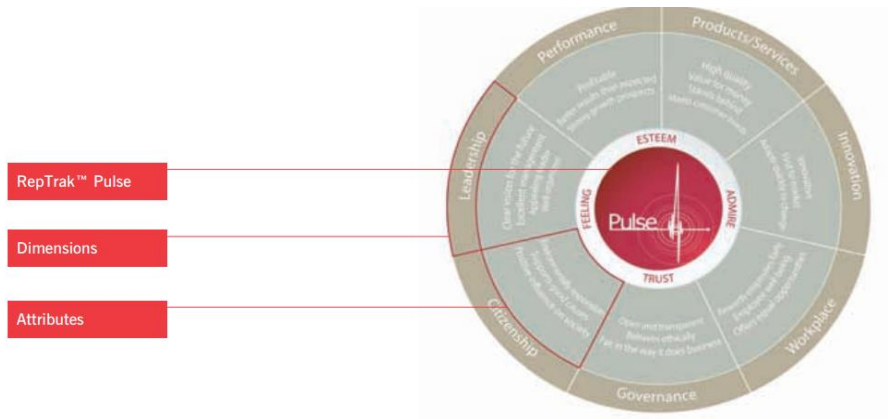
Strategy

Resources

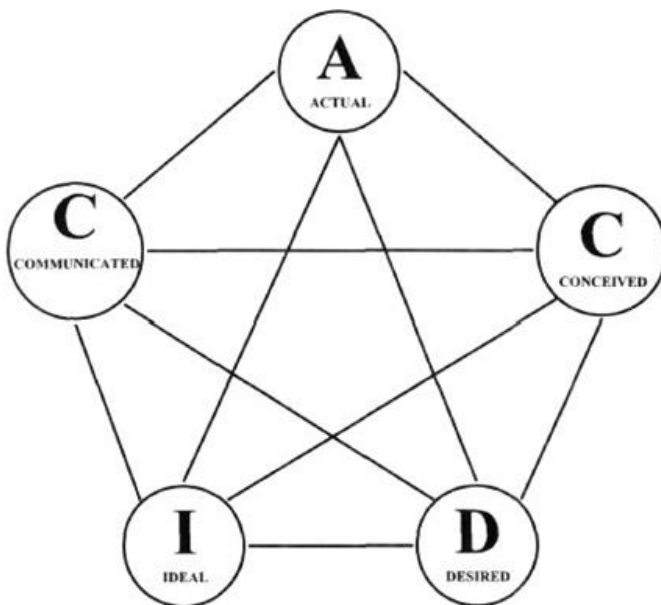
Figuur 17. Organizational identity van Albert en Whetten (1985)



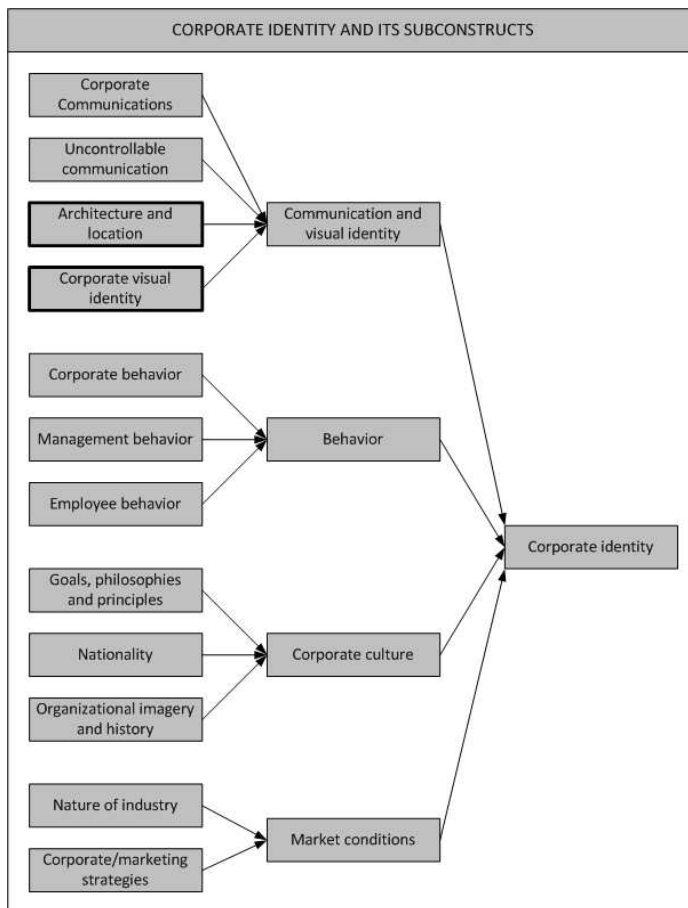
Figuur 18. Identity en imaga model van Van Riel en Balmer (1997).



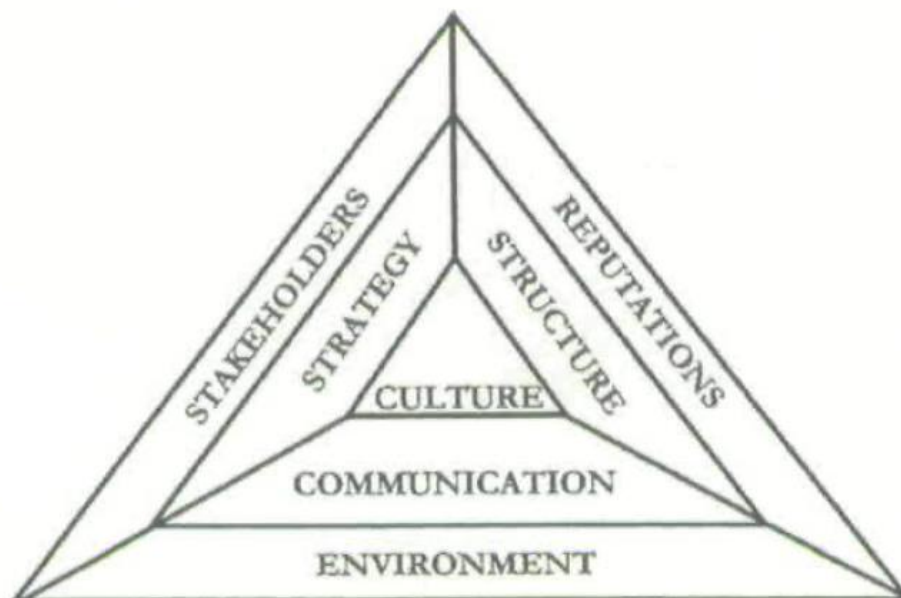
Figuur 19. RepTrak-model van Van Riel (1997).



Figuur 20. AC²ID Model van Balmer (2001).



Figuur 21. Corporate identity model van Melewar & Jenkins (2002).



Figuur 22. Corporate identity management mix van Balmer (2003)

BIJLAGE V. RESPONDENTENSHEMA'S

In deze bijlage zijn de respondentenschema's terug te vinden. De bedoeling van deze respondentenschema's is om een duidelijk beeld te krijgen van de respondenten. De respondenten zijn anoniem en vandaar dat er een cijfer is gegeven aan ze.

Er zijn drie verschillende respondentenschema's weergegeven. Eén voor de vaste donateurs, één voor de losse gift donateurs en één voor de comitéleden.

Respondent	Geslacht	Leeftijd	Woonachtig	Sinds wanneer donateur	Frequentie doneren	Datum interview
1	Vrouw	43	Den Haag	07-10-2014	3 euro per maand	13-04-2015
2	Man	66	Zoetermeer	27-06-2013	5 euro per maand	16-04-2015
3	Vrouw	67	Amsterdam	17-09-2013	15 euro per maand	14-04-2015
4	Vrouw	27	Den Haag	07-07-2014	5 euro per maand	16-04-2015

Figuur 23. Respondentenschema vaste donateurs

Respondent	Geslacht	Leeftijd	Woonachtig	Wanneer gedoneerd	Datum interview
5	Man	77	Amsterdam	05-11-2014	14-04-2015
6	Man	46	Heerenveen	07-10-2014	21-04-2015
7	Man	69	Den Haag	07-10-2014	21-04-2015
8	Vrouw	85	Den Haag	11-09-2014	30-04-2014

Figuur 24. Respondentenschema losse gift donateurs

Respondent	Geslacht	Leeftijd	Woonachtig	Sinds wanneer comitélid	Regio	Datum interview
9	Vrouw	56	Middelharnis	04-08-2014	Zeeland	10-04-2015
10	Man	39	Alkmaar	26-04-2013	Noord Nederland	08-04-2015
11	Vrouw	77	Hoewelaken	26-04-2013	Centraal Nederland	13-04-2015
12	Vrouw	49	Hedel	19-04-2013	Gelderland	15-04-2015

Figuur 25. Respondentenschema's comitéleden

BIJLAGE VI. VERBATIMS

In deze bijlage zijn de verbatims terug te vinden. Dit zijn de uitgewerkte interviews van de twaalf respondenten. Aangezien de respondenten geanonimiseerd zijn, zijn ze per nummer genoemd. Daarnaast is deze bijlage in achtpuntlettertype weergegeven.

Respondent 1

Geslacht: Vrouw
Leeftijd: 43
Woonachting: Den Haag
Sinds wanneer donateur: 07-10-2014
Frequentie doneren:
Duur interview: 41:37

Naamsbekendheid

- Welke goede doelen kent u?
Wereld Natuur Fonds, Kankerfonds, Astmafonds, Natuurmonumenten en ik geef aan vogels.
- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?
ALS, Duchenne en dat was het.
- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?
Ze doen onderzoek naar medicatie om te kijken hoe ze het kunnen stoppen. Daar gaat denk ik het meeste geld heen.

Introductievragen

- Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?
Drie euro en sinds 2014 dacht ik.
- Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?
Geen idee meer, ik heb al na zitten denken maar ik weet het niet meer. Het is te lang geleden.
- Het is niet zo dat je zelf iemand in je omgeving hebt met een spierziekte?
Nee. Ik werk wel met mensen met een beperking. Dus mijn affiniteit zit wel bij zulke groepen. En echt wel de angst dat alles uitvalt. Het zal wel een spotje zijn geweest die zei je hart is ook een spier. En dat heeft mij heel erg aangegrepen.
- Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?
Nee. Ik geef ook aan Unicef, de vogels. Mijn man geeft aan Greenpeace en Artsen zonder grenzen en het Rode Kruis. Het Rode Kruis is het belangrijkste voor mij. Voor de rest doe ik allemaal drie euro per maand, zodat ik een beetje meehelp.
- Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?
Die is niet zo best. In de zin van ik heb geen negatieve ideeën erover. Maar ik dacht o verrek die geef ik ook nog, dat wist ik niet meer. Ik zie ze dus helemaal niet meer, ik vind ze heel onzichtbaar.
- Wat zouden ze daaraan kunnen doen denk je?
Dat vind ik moeilijk, omdat iedereen het doet. Het is moeilijk om op te vallen en het veel geld kost. Maar aan het station iets doen. Een pakkende poster daar hangen zoals ALS, wat mensen echt zien.

Communicatie

- Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?
Volgens mij kun je aangeven of je dingen wil ontvangen en volgens mij zeg ik dan nee.
- Dus je ontvangt niet zoveel?
Nee. Ik vind het heel belangrijk dat het er is en dat het moet gebeuren, maar het heeft voor mij niet heel veel nut om die dingen te lezen. Ik ga van die jaarverslagen bijvoorbeeld toch nooit lezen en vind het dan zonde om weg te gooien en voor de moeite.
- Het fonds heeft een Spierkrant waar feitjes en nieuwtjes in staan over het fonds en over spierziekten. Maar die vind je dus grofweg gezegd niet interessant genoeg om te lezen?
Ik weet dat ik het niet ga lezen. Je vraagt net aan mij wat belangrijke dingen zijn. Dan vind ik bijvoorbeeld dat programma je zal het maar hebben om daar een samenwerking mee aan te gaan. Zodat je mensen met een spierziekte in een kleine documentaire kwijt kan en zo het verhaal goed overkomt. Dat vind ik nou wel interessant. Maar zo'n krantje met feitjes enzo ga ik niet zo snel lezen.
- Prinses Beatrix Spierfonds heeft onlangs een samenwerking gehad met Everybody Dance Now. Daar heeft Jan Kooijman wel wat gezegd over het fonds en dat de winnaar mag optreden op het dansgala van het fonds.
O ja dat is heel goed. Dat heb ik niet meegekregen. Normaal volgde ik wel So you think you can dance, maar dit jaar niet. Die samenwerking vind ik wel heel goed, maar aan de andere kant kijken er wel heel veel jonge mensen naar en dan mis je eigenlijk net degene die doneren. Want die mensen doneren niet en dat is dan wel weer het moeilijke eraan. Dat merk ik dan wel, mijn kinderen zijn vijftien en zeventien en ik kijk wel met hun naar je zal het maar hebben en dat soort programma's.
- Iets meer gespecialiseerd op de ziekte kant zeg maar?
Ja ik denk dat ouders dan sneller meekijken en dat ze een beetje zoeken naar dingen die ze samen met hun kinderen kunnen kijken waar hun interesse ook een beetje ligt.
- Zo'n Spierkrant bijvoorbeeld. Zou je kunnen zeggen als dit of dat er in zou staan dat je het dan wel zou lezen als donateur?
Ik vind dingen op Facebook bijvoorbeeld wel interessant. Dat zijn korte feitjes, maar niet een hele krant vol. Ik zou zo een weetje interessant vinden en dat is ook iets wat je kan doen bij het station. Als je een poster met een herkenbare foto, een eigen stijl, en daarbij een weetje. Daarmee zorg je voor een snellere bekendheid. Je zorgt dan voor een fotograaf die iedereen fotografeert, zodat je een herkenbaar iets terug ziet. We leven in een hele korte maatschappij met een korte aandacht. Dus je moet ze snel zien te pakken met je aandacht. En zeker als je zelf niets hebt met spierziekte.
- Je ontvangt geen post van het fonds. Zou je naast Facebook nog een andere manier interessant vinden om informatie te ontvangen?
Social media zou ik de feitjes interessant vinden en verder geen hele kranten.
- Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?
De waardering is er altijd, maar ik heb niet een bepaald idee daarbij. Ik interesseert mij ook niks, laat ze het geld alsjeblieft besteden aan onderzoek. Ze moeten werven dat snap ik natuurlijk wel, maar als ze maar niet gaan nabellen voor extra donaties of meer doneren.

- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Nee. O jawel trouwens. Ik weet het weer. Ik heb die wanten besteld en toen werd ik gebeld of ik donateur wilde worden. Zo is dat gegaan. Zo lang ben ik dus ook niet donateur.

- Je had de reclame gezien?

Ja dat vond ik een hele goede reclame. Ik vond dat heel duidelijk waarbij je kon zien wat er gebeurde. Ik vond het een goede en pakkende reclame.

Symbolen

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)

Bij de kleuren staat oranje voor goedkoop toch?

- Voor dit logo is oranje voor het Koninklijk Huis.

O zo, ja dat waren niet mijn associaties die opkwamen.

- Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?

Ik vind het poppetje in het logo niks zeggen voor mij. Het is heel levendig en het Spierfonds is eigenlijk dat je het niet kan gebruiken. En dan staat er krachtig tegen spierziekte en dan denk ik oke, maar ik vind niet dat het een link heeft met spieren.

- Voordat je donateur werd wat kwam daarvoor in je op?

Het nadeel is dat het fonds niet heel bekend is denk ik. En het heeft heel veel tekst nodig om uit te leggen waar het voor staat. Eigenlijk weet je dan al dat je niet iets goeds hebt gedaan. Het lastige eraan is dat het moet groeien. Je weet bij het Rode Kruis waar het voor staat. Het zal hier wel lastiger zijn, omdat veel mensen niet weten waar ze voor staan. Waardoor het heel lang zal duren voordat je alle letters weg kan laten. Daarom heb ik een beetje moeite met het logo, omdat het gelijk duidelijkheid moet geven waar het voor staat. Eigenlijk zal het heel mooi zijn als met de ziekte van Kroon, dat er een bekend iemand is die het heeft en dan bijna voor het 'merk' kan gaan staan. Dat mis ik.

- Het Prinses Beatrix Spierfonds heette hiervoor Prinses Beatrix Fonds. Daarom vraag ik mij af of je wist toen je donateur werd dat het voor spieren was.

Ja dat wist ik wel. Dat is een hele goede verbetering. Het Prinses Beatrix Fonds kende ik al heel lang eigenlijk, maar ik wist niet wat ze deden.

- Heeft u de website van het fonds wel eens bekeken?

Nee.

- Wat zou u graag willen zien op de website?

Wat over de onderzoeken en wat ze doen en hoe ze zijn als fonds.

- Welke vier woorden of kernwaarden komen er in je op als je denkt aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Spierziekte, wetenschap, tegengaan en hulp.

Persoonlijkheid

- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na						X
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiqueert heel duidelijk				X		
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn				X		
deskundig				X		
betrouwbaar					X	
creatief				X		
ondernemend				X		
conservatief			X			
wetenschappelijk					X	
innovatief			X			
modern			X			
professioneel				X		
Sociaal			X			
communicatief				X		
transparant				X		
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur			X			
eigen invulling.....						

Bij actief samenwerken vind ik dat ik niet veel van ze hoor, maar ik hoef ook zeker niet meer. Dus ik vind het wel goed zo.

- Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Innovatief waarom? Nee dus. Voor het actief samenwerken ben ik wel voor.

- Wat vindt je zelf heel belangrijk van een fonds waar je aan doneert, waar ze zich aan houden?

Waar ze voor staan. Mijn dochter krijgt bijvoorbeeld geld om aan de deuren te gaan collecteren. Wij zijn van een andere generatie en vinden dat heel raar. Ik vind dat eigenlijk niet kunnen, vind dat wel jammer. Het zou mooi zijn als het weer een beetje zou komen dat mensen aan de deur gaan omdat ze zelf betrokken zijn.

- *Het is jammer dat de jongere generatie niet meer zo betrokken is bij dat soort zaken.*

Ja dat klopt, dat zie je echt. En hoe zou het zijn om bijvoorbeeld iets samen te doen met scouting of met scholen? Het zou mooi zijn als je mensen met een spierziekte aan het fonds kan verbinden, waardoor zij zichzelf ook zichtbaar maken. Het zou belangrijk zijn of je een groep binnen de stichting kan maken die binnen de scholen langsgaat. Waar de kinderen allemaal vragen mogen vragen en ze weten waar het over gaat en waar je bekend wordt.

- *Binnen het fonds zijn een hoop patiënten ambassadeurs. Je zou het goed vinden om per spierziekte zulke mensen in te zetten?*

Ja zeker. Die film ook over Hawkings, hij heeft een spierziekte dat zou goed zijn om te laten zien wat hij heeft. Of je kan iemand van Duchenne bijvoorbeeld laten zien, maar die worden niet zo oud. Nou dan kunnen die ouders het doen of mensen met een andere spierziekte.

Gedrag

- *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Op zich vind ik dat ze het goed doen, maar ik zie ze gewoon totaal niet extern. Over hoe ze het intern doen kan ik vrij weinig zeggen.

- *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Dat vind ik heel moeilijk. Wat ik veel zie is heel veel tekst. Ook op het plaatje van StrikZe tegen Spierziekten. Daar staan twee hele leuke mannen. Ik zou zeggen zet er iemand bij die een spierziekte heeft, waar je dat ook een beetje aan ziet.

- *De enige afweging daarbij is natuurlijk wel dat het fonds voor elke spierziekte staat. Zou jij er dan eentje kiezen van één spierziekte of elke keer een ander pakken?*

Ja elke keer een ander. Ik weet niet hoe vaak jullie wat doen wanneer er iets vernieuwd wordt. Maar je kan elke keer op een poster een nieuw iemand stoppen. Die ene fotograaf neemt de foto's, waardoor je één lijn creëert. Dan zet je erop dit is deze en deze spierziekte en het Spierfonds doet onderzoek naar... Dat zou denk ik heel goed helpen. Dan krijg je herkenning van spierziekten en je herkent de mensen. Het mogen ook echt leuke foto's zijn, maar het ziet er soms verkreukelt uit. Dat je de leuke kanten laat zien, maar ook de minder leuke kanten.

- *Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?*

Ik zou de reclame-uitingen anders doen, zoals ik al heb aangegeven en verder geen idee.

- *Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik zou wel uitleggen waarom ik het belangrijk vind. Zoals het Rode Kruis, het zijn dingen waar je niet elke dag mee bezig bent en mee te maken hebt. Maar het is o zo belangrijk.

- *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Ik denk hoe actiever je bent, hoe meer het zou lukken. Als fonds kan je heel veel willen, maar ik denk dat je ook meer over de mensen zelf moet praten. Zo kan je ze meer verbinden en inzicht geven in hoe het nou zit.

- *Heeft u verder nog op- en of aanmerkingen?*

Nee.

Respondent 2

Geslacht: Man

Leeftijd: 66

Woonachting: Zoetermeer

Sinds wanneer donateur: 27-06-2013

Frequentie doneren:

Duur interview: 46:04

Naamsbekendheid

- *Welke goede doelen kent u?*

Greenpeace, Hartstichting, Kankerfonds, Nierstichting, Astmafonds.

- *Welke goede doelen met een spierziekte kent u?*

Je leest wel eens wat, maar weinig bekendheid. Ik vind dit wel een van de betere die naar buiten treden.

- *Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Onderzoek en toch het belang van patiënt voorop stellen. Dat er wat aan gedaan wordt in ieder geval. De overheid doet er eigenlijk kennelijk niks aan. Helemaal niet. Dat is het eerste wat er in mij opkomt. Zij zetten zich in voor dit soort gevallen.

Introductievragen

- *Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Eigenlijk pas anderhalf jaar, twee jaar.

- *Toen kwamen jullie pas met het Prinses Beatrix Spierfonds in contact?*

Ja je geeft eerst een eenmalige donatie per jaar. Nu doe ik het elke maand. Het werd ons gevraagd of we donateur wilde worden. Onze dochter had één of ander boekje en daar hebben we toen geholpen.

- *Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Het belangrijkste is dat onze kleinzoon Joey geholpen wordt. Hij heeft SMA dat is ook de reden waarom wij betrokken zijn bij het fonds. Maar we doen het ook voor andere kinderen natuurlijk. Als we het niet meer voor hem doen, dan helpen we andere kinderen in de toekomst en dat is ook belangrijk. Je leest ook over andere spierziekten, niet alleen over SMA wat verschrikkelijk is. Er zijn zoveel mensen die beperkt worden en dat lees je nu allemaal. Dus je blikveld wordt wel verruimd. Voor die tijd wist ik dat het er was, maar weet je niet hoe erg het is.

- *Hadden jullie voordat jullie zelf donateur werden en voordat jullie wisten dat jullie kleinzoon Joey SMA had al van het fonds gehoord?*

Wel gehoord, maar eigenlijk net als andere fondsen je geeft gewoon en verder denk je er niet veel aan. Leed van andere raakt je wel, maar moet je snel afstoten anders wordt je heel ongelukkig.

- *Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?*

Nee. Ik geef ook aan het Kankerfonds en natuurlijk Nierstichting. En ook alles aan de deur, we geven eigenlijk overal aan goede doelen.

- *Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ja die is ontzettend goed. Het is een heel goed fonds.

Communicatie

- *Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik vind dat de bekendheid die wij kennen van het Prinses Beatrix Spierfonds is alleen via internet. Ik zie nooit iets op televisie. Niet iedereen heeft internet. En met name Facebook. Er zijn veel oudere mensen die hebben geen Facebook of geen internet en die weten absoluut niet waar het over gaat.

- *Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?*

Ja dat heb ik gezien. Daarmee laat je goed zien wat het is. Ik heb het geprobeerd, dat was heel moeilijk.

- *Zou je adviseren om zo'n reclame vaker te doen?*

Absoluut. Ja maandelijks eigenlijk. We hadden laatst van een kennis gehoord die had een busje die hij bij zijn vereniging neerzet. Dat zou meer bekendheid kunnen geven. Wij dansen zelf ook vijf á zes keer in de week. Zet zo'n busje bij de vereniging dat mensen wat kunnen doneren. Dat hebben wij ook één keer gedaan op eigen initiatief. Zet een potje neer en alle fooien van de bar gaan erin. En dat is een aardig bedrag hoor. Laat het gewoon staan en het staat bij vertrouwde mensen dus daar zit niemand aan.

- *In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)*

Wij ontvangen de Spierkrant en die lezen we ook. Ik lees natuurlijk alle meldingen via Facebook sowieso. Die deel ik ook en die mensen bekijken het ook. Maar of het effectief is qua donaties dat kan je natuurlijk niet controleren.

- *Zou er iets in de Spierkrant kunnen komen waardoor andere mensen misschien meer betrokken kunnen raken bij het fonds?*

Ik weet niet of het effectief is. Ik zou wat meer beweging willen zien op televisie bijvoorbeeld. Een spotje in het journaal of zo. Dat is natuurlijk vreselijk duur, maar dan zorg je wel voor bekendheid. Dan hoeft je niet alleen te vertrouwen op Facebook. Niet iedereen heeft dat en zeker de oude mensen niet. En dat is toch een doelgroep. De oudere mensen zijn eerder bereid om wat te doneren dan jongere mensen. Dat is gewoon zo. Althans de kennissen die wij hebben doneren ze allemaal zonder problemen. Ik denk niet dat het gezocht moet worden via internet, maar meer een kort filmpje voor of tijdens het journaal dat je het even kenbaar maakt. En niet laat op de avond, maar in het vroege journaal zodat ook de kinderen het kunnen zien.

- *Ontvangen jullie ook brieven van het fonds wat ze doen of wat ze hebben gedaan?*

Nee. Wel lezen we in de Spierkrant en op Facebook welke onderzoeken er nu gestart zijn en waar ze mee bezig zijn. Maar dit krijgen we niet schriftelijk.

- *Het Prinses Beatrix Spierfonds staat voor alle spierziekte. Dus het is lastig om een keuze te maken voor wie je kiest in zo'n spotje. Want als je SMA doet dan sluit je weer een groep buiten. Hoe zouden jullie dit zien en adviseren?*

Ik zou kiezen voor iedereen anders sluit je al een hele groep mensen uit. Anders denken mensen mijn kind of kennis heeft geen SMA en dan sluit je die allemaal buiten. Je moet je niet op één doelgroep richten. Het is voor iedereen even erg.

- *Wel op een vrolijke manier of op de ALS manier met een heftige boodschap?*

Nee, wel op een vrolijke manier. Daar wordt je anders niet vrolijk van. Mensen willen geen droefenis zien. Wel serieus natuurlijk, maar goed laten zien dat er veel gedaan wordt voor de doelgroep en voor alle spierziekten. Ik zou het niet op een negatieve manier doen, althans wat ik negatief vind is droefig.

• **Vinden jullie de Facebookberichten en Social Mediaberichten wel informatief genoeg?**

Ja die geven een goed beeld. Je moet natuurlijk niet alleen naar het plaatje kijken. Je krijgt de informatie pas als je de link aanklikt. Dan moet je het als persoon wel zelf gaan lezen.

• **Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?**

We krijgen eigenlijk nooit post. Alleen elektronisch en een Spierkrant.

• **Zouden jullie behoeften hebben aan meer informatie?**

Nee, want als je het krantje goed leest wordt je goed op de hoogte gehouden hoor. Het is echt het Spierfonds en niet alleen SMA.

• **Zouden jullie graag nog extra informatie alleen over SMA willen ontvangen. Dat je dat kan aangeven bij het fonds?**

Ik denk dat je het dan teveel uit elkaar trekt en teveel naar één of meerdere richtingen gaat en dat je teveel voor jezelf kiest. Je bent donateur van het Spierfonds en hoe zij hun geld besteden is eigenlijk hun taak. En waar zij te voorkeur aangeven. Ik vind het wel goed zo. Anders duw je jezelf in een hokje voor alleen SMA. Dat is natuurlijk wel het hoofddoel voor ons, maar er zijn meer kinderen met spierziekten. Laat maar zo, ik vind het goed.

Symbolen

• **Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)**

Ik vind het prettig en mooi. Het leest makkelijk en het valt op. De kleuren vallen op.

• **Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?**

Ik vind het logo opvallend genoeg en het is een mooi geheel.

• **Heeft u de website van het fonds wel eens bekeken?**

Ja zo vaak. Het is een overzichtelijke website.

• **Wat zou u graag willen zien op de website?**

Ik vind dat ze het harstikke goed doen. Ik zou geen verbeterpunt weten momenteel.

• **Kan je vier woorden of kernwaarden opnoemen als je denkt aan het Prinses Beatrix Spierfonds?**

Onderzoek naar of voor medicijnen. Het ontdekken van medicijnen. En dat er veel geld nodig is.

Persoonlijkheid

• **Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....**

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na					X	
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiceert heel duidelijk				X		
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn					X	
deskundig					X	
betrouwbaar					X	
creatief					X	
ondernemend					X	
conservatief		X				
wetenschappelijk					X	
innovatief					X	
modern					X	
professioneel					X	
sociaal					X	
communicatief				X		
transparant					X	
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur					X	
eigen invulling.....						

Ik vind het allemaal heel goed hoor. Deskundig en betrouwbaar zijn ze zeker. Ik vind ze niet conservatief, maar vooruitstrevend. Het zijn stuk voor stuk professionele mensen. Transparant ben ik het ook helemaal mee eens. Wij hebben die actieve samenwerking eigenlijk niet, maar ze werken wel goed samen met Joey dat vind ik dan wel. De laatste tijd is het heel erg prettig dat Joey net als vorige week dan moet komen voor verschillende dingen en dan is het heel prettig dat hij in Utrecht komt en dat ze daar allemaal naar hem toe komen. Dat is zo leuk en dat vindt hij zelf ook heel leuk dat hij niet overal naar toe moet gaan. Er zijn dan ook leuke dingen waarmee hij kan spelen. Maar voor het bloed moet hij wel naar het lab. Voor onderzoeken voor zijn lichaam komen ze allemaal naar hem toe. Ze zijn heel sociaal naar hem toe en heel leuk en lief voor hem. Dat zegt die zelf ook. Ik heb heel erg respect voor die mensen. Hij is wel heel erg moe van al die uren, maar niet zo moe als die overal naartoe moet. Dat heb je in Rotterdam veel en Utrecht hebben wij nu uitgekozen, omdat ze daar meer betrokken zijn.

• **Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?**

Ik denk het wel. Op Facebook en hun website staat wel alles. Ik denk dat ze heel goed bezig zijn.

• **Wat vindt je zelf heel belangrijk van een fonds waar je aan doneert, waar ze zich aan houden?**

Ik vind betrouwbaar en deskundig belangrijk bij een organisatie. Transparant ook natuurlijk.

Gedrag

• Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?

In mijn ogen doen ze het harstikke goed. Hoe ze het intern doen weet ik niet, maar hoe ze Joey benaderen en alles wat ze daarmee doen vind ik echt super.

• Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Zwakke punten kan ik niet ontdekken. Het enige zwakke wat ik dan kan zeggen is dat de bekendheid nog niet groots is. En een sterk punt is dat ze zich toch inzetten voor iedereen die een spierziekte heeft. Dat is een heel mooi streven.

• Ik vind het mooi om te horen dat u het liefste zien dat SMA wordt verholpen, maar ook zo meeleven met de rest.

Ja, maar iedereen wil geholpen worden. Iedereen heeft dezelfde wens natuurlijk. Je kan je als fonds niet alleen richten op SMA.

• Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?

Nee. Daar waag ik mij niet aan. Ik vind dat ze goed bezig zijn over het algemeen op een heel breed front. Ik vind het prima zo.

• Hoe zouden jullie het vinden als het fonds donateurs af zou bellen om meer of vaker geld te geven?

Dat is vroeger heel erg geweest. Ik vind dat geen prettig idee. Ik snap dat het goed uitpakt, maar je moet ook kijken op langere termijn. Als mensen onderdruk worden gezet via de telefoon, niet via de brief, dan zeggen ze al snel ja dat doe ik. Maar voor hoe lang, is het effectief. Want daar heb ik geen zicht op. Ik zou het zeker niet doen. Wat je kan geef je en wat je geeft is niet belangrijk.

• Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?

Hetzelfde als wij nu graag willen. Doneer en wordt donateur.

• Zeker een positief beeld scheppen over het fonds?

Ja absoluut, absoluut. Als je daarover vertelt. Mensen kennen ook onze situatie over onze kleinzoon. Mensen zijn dan al snel positief en betrokken vooral. Vooral betrokken. Die geven wel.

• Al is het maar een eenmalige gift.

Ja dat maakt zeker niet uit. Iedereen geeft naar draagkracht. Als je duizend euro geeft ben je niet een beter persoon dan als je vijf euro geeft.

• Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?

Nee, want het levende voorbeeld van wat er gebeurd hebben wij natuurlijk zelf. Of dat meisje op televisie geholpen wordt dat lees ik wel, maar dat gaat verder langs mij heen. Dat ik heel erg, maar dat is wel zo. Ik vind dat ze het goed doen. Als ik wat wil weten kan ik er zelf achter komen als ik mijn best doe. Ik vind als je teveel papierwerk gaat versturen. Moet je kijken wat dat kost naar 10.000 mensen. Dat geld kunnen ze beter gebruiken.

• En een mailtje met een bepaald filmpje van dit zijn we aan het doen of we hebben een nieuwe actiewebsite. Dit komt wel op Facebook, maar is het een idee om dit wel te sturen naar donateurs via de e-mail?

Voor mij hoeft dat niet. Als ik wat wil weten zoek ik dat wel op. Een filmpje maken is natuurlijk wel leuk, maar dat kan ik zelf vinden als ik betrokken ben. Daar hoeft ik niet op gewezen worden, want dan ben ik niet betrokken. Ik ben daar nieuwsgierig naar, dus ik wil dat dan wel weten. Ik zie de noodzaak niet nu.

• Heeft u nog een tip voor het fonds?

Nou de grootste tip voor mij en de liefste wens zou zijn; doe eens iets op het journaal of een spotje. Dat kost heel veel geld, maar je bereikt dan wel de doelgroep die wat wil geven.

• En dan zoiets al StrikZe tegen Spierziekten? Of toch wat anders?

Nou ik weet niet of het zolen aan de dijk heeft gezet dat. Het is wel op de televisie geweest, maar ik heb het alleen bij Verlinde gezien en de flyers stonden in de krant.

• In ieder geval twee keer per jaar iets nieuws lanceren?

Ja zeker. Maar niet alles via Facebook, want niet iedereen heeft een computer of Facebook.

• Onlangs heeft het Prinses Beatrix Spierfonds samengewerkt met Everybody Dance Now. Zou u naast het journaal nog iets anders aanraden als programma?

Nou vreemd genoeg kijken een hoop mensen die niet meer werken naar Koffietijd. Daar moet je het eens in proberen. Nog meer dan dat ze nu doen. Toch blijf ik vlak voor het journaal zeggen. Veel mensen kijken het journaal. Het kost natuurlijk gigantisch veel geld, maar je kan natuurlijk ook sponsors vinden die het willen sponsoren. Dat gebeurt met het weerbericht ook, dus waarom niet met het Spierfonds.

• Heeft u verder nog op- en/of aanmerkingen?

Nee. Ik vind dat ze goed bezig zijn en ik ben dik tevreden. Ook wil ik nog wel even zeggen dat je een fijn mens bent en je hebt het interview goed gedaan.

• Fijn dat Joey het zo leuk vindt om betrokken te zijn bij het fonds.

Ja Joey vindt het geweldig om te gaan. Het is echt een lichtpuntje als die wordt uitgenodigd door het Prinses Beatrix Spierfonds. Dat vind die echt fantastisch. Laatst was die uitgenodigd bij de Lotto en mocht die op het ijs met zijn rolstoel. Hij was eigenlijk een 'gewoon' kind. Of de rondleiding bij Heerenveen, toen was ik ook mee. Kregen we een hele rondleiding door het station en aan de wedstrijdtafel gezeten en de spelers waren er. Echt fantastisch. Dat vind die echt heel leuk en dat vertelt die dan ook in geuren en kleuren. Dat is echt een lichtpuntje. Voetballen en sport vind die prachtig. Hij is voor het ABN Amro tennistoernooi voor volgend jaar uitgenodigd. Hij heeft op het ijs van de Lotto twee keer de drie kilometer gedaan. Als je de foto's ziet heeft die jongen een wereld dag gehad.

• Dus jullie geven eigenlijk wel aan dat het niet zo heel erg uitmaakt hoe de ambassadeur-patiënten vermaakt worden?

Nee eigenlijk niet. De uitnodiging is al leuk genoeg. Het zou niet zo leuk geweest zijn als hij helemaal niks mag doen en hij ziet iedereen om zich heen wel schaatsen. Dan niet inderdaad. Een momentje van een normaal kind zijn. Voor hem is zijn rolstoel zijn benen. Hij ziet het nog niet als een beperking gelukkig.

Respondent 3

Geslacht: Vrouw

Leeftijd: 67

Woonachting: Amsterdam

Sinds wanneer donateur: 17-09-2013

Frequentie doneren: 15 euro per maand

Duur interview: 41:44

Naamsbekendheid

• Welke goede doelen kent u?

Gambian Children First, Kankerfonds, Reumafonds, Chemotuin in ziekenhuizen en Rode Kruis. Je hebt kleintjes en hele grote. Je hebt ook Amnesty natuurlijk. De kleintjes vind ik ook belangrijk.

• Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

ALS alleen eigenlijk.

• Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ze doen van het geld wat ze ophalen doen ze dus onderzoek naar spierziekten die nog niet te genezen zijn. Maar ik heb er geen slogan bij of zo.

Introductievragen

• Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik ben nu met pensioen. Ik heb eigenlijk heel lang bij het NOS Journaal gewerkt, maar op mijn zestigste moest ik daar weg. Dat was een personeelsbeleid, maar dat was niet erg. Ik bedoel het bestaat nog steeds. Sinds dien doe ik vrijwilligers werk voor van alles. Ik heb eerst in het VU ziekenhuis was ik gastvrouw voor kankerpatiënten en in de speeltuin ben ik af en toe toezichthouder. En verder doe ik dingen die ik leuk vind zoals golfen en kleinkinderen.

• Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik ben eigenlijk door radiospotjes bij het fonds terecht gekomen. Dat sprak me zo aan vond ik zo erg dat dat niet opgelost werd. Ik heb dus niet echt een studie gemaakt van hun naamsbekendheid.

• Welk radiospotje was dat?

Ik ben pas 1.5 jaar donateur, helemaal nog niet lang. Ik hoorde het op de radio en toen kon je gewoon geld overmaken op een rekeningnummer en dat vond ik echt erg dat je bijvoorbeeld gewoon je spieren niet kan gebruiken en dat je dan stikt. Dat leek me zo vreselijke ziekte. Toen kreeg ik een telefoontje van een meneer van het fonds en die bedankte mij en die zei wil je het maandelijks overmaken? Daar hebben wij eigenlijk meer aan dan per jaar. Hij was heel aardig en die legde ook uit wat ze deden en hij was helemaal blij met mij. En sinds 1.5 jaar maak ik maandelijks automatisch geld over. En je merkt er eigenlijk niks van natuurlijk, want iedereen moet iets doen. Ik doe niet zo heel veel, maar dit doe ik dan.

• U heeft zelf niemand in uw omgeving die te maken heeft met een spierziekte?

Nee er is niemand overleden bij mij die is overleden aan een spierziekte of zo. Zo'n fonds als kanker die krijgen zoveel geld natuurlijk, dus ik heb iets anders gedaan. Ik vind die kleine organisatie die opkomen voor ziektes die onbekend zijn en waar geen geld voor is om het op te lossen vind ik echt erg.

Communicatie

• Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Nee ik heb dus persoonlijk iemand aan de telefoon gehad. Die deed het zo goed. Dat heeft me meteen zo getroffen en zo persoonlijk dat die mij belde, maar ik heb dus niet echt reclames gezien. Ik zou niet weten of ze op de televisie reclames doen. Ik heb zo'n idee dat alle goede doelen één week hebben waarin ze heel veel reclame mogen maken en mogen collecteren. Maar dat volg ik eigenlijk niet zo.

• Ja dat is de collecteweek in september eigenlijk.

Ze komen in september allemaal inderdaad.

• Hoe zou u het vinden als nu gebeld zou worden door het fonds om te vragen of u uw bijdrage wil verhogen of verdubbelen. Zou dat irritatie opwekken of goed zijn voor andere donateurs en uzelf?

Nou ik zou dat niet zo leuk vinden. Je doet natuurlijk wat je kan en je wil ook een beetje spreiden naar andere goede doelen.

• Het zou meer irritatie opwekken dus?

Ja bij mij wel in ieder geval. Zelf heb ik hem op een vast bedrag gezet en dat kan best, maar als dat nog om hoog moet dan is het wel veel. Ik denk niet dat het gaat werken.

• Op welke manier ontvangt u allemaal informatie van het fonds?

Ik geloof een nieuwsbrief per e-mail af en toe. Niet vaak.

• Ontvangt u ook de Spierkrant of heeft u dat uitgezet?

Nee dat denk ik niet.

• Heeft u dat zelf uitgezet?

Ja dat denk ik wel.

• Want u vindt dat niet interessant of zit daar een achterliggende gedachte achter?

Ik ga het denk ik toch niet lezen.

• Het is eigenlijk een krantje waar allemaal feitjes over spierziekte in staan of hoeveel geld er is opgehaald bij een bepaalde actie.

Ik denk dat het meer iets is voor patiënten of ex-patiënten. Ik denk al ik zo'n krantje krijg dat het op de grote stapel komt en gelijk naar de papierbak gaat. Maar een nieuwsbrief per e-mail heb ik volgens mij wel een paar keer gehad. Niet zo vaak hoor. Dan lees ik even de highlights en dan kan je het weg doen.

• Vindt u dat nu genoeg of zou u meer of minder willen?

Nee is goed zo.

• Zouden er nog dingen in moeten die u heel interessant zou vinden of die uw aandacht echt zou trekken?

Nou natuurlijk als er een doorbraak is, een wetenschappelijke doorbraak, een medicijn of een behandeling is natuurlijk belangrijk. Dat is waar je het voor doet, maar dat heeft een hele lange tijd nodig. Ik denk niet dat je binnen één jaar kan zeggen dat je resultaten wil zien. Ik vind het wel goed.

• En bepaalde weetjes vindt u dat interessant?

Ja dat zou ik ook wel handig vinden. Dat vind ik ook interessant om te lezen. De teksten moeten niet te lang en groot zijn. Vooral de kernzaken van wat ze doen vind ik interessant.

• Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Is me helemaal niet opgevallen. Wel heel goed verder.

• *Als u hem nu ziet spreekt het u wel aan?*

Ja dat wel. Het valt wel heel erg op met die handschoenen. Want Jan Kooijman en René van Kooten zijn de ambassadeurs dus, maar ik heb hem verder niet gezien.

• *Zou u het fonds adviseren om een campagne of reclame rond de collecteweek doen of het hele jaar door? Wanneer zou het het meest opvallen?*

Meer het hele jaar door, want als je het één week doet en je bent er een week niet dan valt het niet meer op. Misschien denken mensen dan wel weer o daar heb je weer zo'n fonds. Je kan het beter elke maand doen, maar ik weet niet of ze daar het geld voor hebben.

• *Voor 2012 heette het Prinses Beatrix Spierfonds het Prinses Beatrix Fonds. Toen u donateur werd, wist u toen heel duidelijk dat het voor spierziekte was?*

O echt was dat zo, dat wist ik niet. Daarvoor heb ik er nooit over nagedacht. Het is echt gekomen door die spotjes op de radio met voorbeelden van mensen wat ze hadden en dat er zo weinig tegen te doen was. Daarvoor wist ik niet dat het fonds er was. Ik heb verder niemand in de familie die een spierziekte heeft. Het is gewoon gekomen door de spotjes op de radio, misschien toch ook televisie, maar dat kan ik mij niet herinneren. Je hebt wel eens programma's die over spierziekten gaan en dat ze dan laten zien dat je spieren verslappen. Dat lijkt mij vreselijk.

• *Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?*

Op dit moment vind ik dat wel oke, omdat je zelf kan aangeven of je wel of geen informatie wil ontvangen. Verder zou ik dan misschien zoals ik al heb aangegeven op een andere manier informatie willen ontvangen.

Symbolen

• *Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)*

Ik heb geloof ik een keer bij hun op de website gezeten en daar staat het allemaal heel duidelijk. Dus als je informatie wil kan je erachter komen.

• *Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?*

Ik vind het wel netjes. Zo'n logo is altijd moeilijk. Ik vind het wel netjes. Je kan het op verschillende manieren uitleggen.

• *Aan welke manieren denkt u zelf?*

Een X met een balletje. Maar het is poppetje die graag blij wil zijn en wil hardlopen. Dat wil die. En dat krachtig tegen spierziekten vind ik ook goed.

• *Vindt u het niet te veel tekst?*

Nee dat vind ik niet, want je moet het allemaal duidelijk in je logo zetten. Prinses Beatrix beetje klein en Spierfonds staat heel goed. Ik vind het eigenlijk wel heel goed opgelost.

• *Heeft u de website van het fonds wel eens bekeken?*

Nee eigenlijk niet.

• *Wat zou u graag willen zien op de website?*

Wat ze doen en hoe ze op dit moment aan het doen zijn. Niet te veel tekst en niet te groot.

• *Welke vier woorden komen er in u op als u denkt aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik denk dan echt aan spierziekte, niet aan Prinses Beatrix.

Persoonlijkheid

• *Wat denkt u wat hun kernwaarde zijn en wat ze willen uitstralen?*

Ze komen op voor de mensen die een ziekte hebben en die niet te genezen is.

• *Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....*

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na				X		
is vriendelijk naar mij toe				X		
communiceert heel duidelijk			X			
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn				X		
deskundig						X
betrouwbaar				X		
creatief						X
ondernemend				X		
conservatief						X
wetenschappelijk				X		
innovatief				X		
modern				X		
professioneel				X		
sociaal						X
communicatief						X
transparant				X		
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur				X		
eigen invulling.....						

• *U geeft aan bij communiceert heel duidelijk niet eens/niet oneens. Kunt u dat misschien toelichten?*

Het is dat ik ze een jaar geleden op de radio heb gehoord en dat het mij heel erg aansprak, maar daarna heb ik ze natuurlijk niet meer gezien of gehoord. Behalve dat telefoontje na mijn donatie.

• **Wat vindt u zelf heel belangrijk wat een organisatie doet?**

Ze moeten duidelijk communiceren wat ze doen met hun geld en wie erachter zit. Dat vind ik het allerbelangrijkste natuurlijk, want dan weten we niet waarnaar het verdwijnt. Dat geloof ik ook wel, want je kan het zien op de website. Dat ze het geld in ieder geval wel goed besteden, dat vind ik belangrijk.

• **Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?**

Ja het is heel belangrijk dat het jaarverslag op de website staat, zodat je kan zien waar het geld naartoe gaat. Ik zie de kernwaarde verder wel overkomen, maar sociaal en communicatief weet ik niet zo goed. Ik ga in al die dingen mij niet ontzettend verdiepen, omdat ik het niet allemaal hoeft te weten.

Gedrag

• **Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?**

• **Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?**

In het algemeen vind ik dus het fonds zo specifiek voor zo'n nare ziekte en dat zich daarvoor inzetten dat vind ik gewoon ontzettend goed en ontzettend sterk. Je hebt gewoon zo'n organisatie nodig. Er zijn zoveel patiënten, denk ik, die straks zo'n nare ziekte krijgen en nergens naartoe kunnen. Echt vreselijk. Ze kunnen naar de maan en naar mars, maar zo'n ziekte kunnen ze niet oplossen. Dat denk ik dan altijd. Ik vind het krachtig dat ze gewoon opkomen als organisatie voor zo'n bijna ongeneeslijke ziekte.

• **En een zwak punt?**

Dat ik weinig hoor verder.

• **Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?**

Dan ga ik zeker een positief verhaal vertellen. Dan zou ik eerst even moeten oriënteren van wat ze onlangs voor succes ze hebben geboekt. Dan zou ik dat vertellen om ze ook over te halen voor het fonds. Ik ga daar natuurlijk niet negatief over praten. Ik sta hier achter.

• **Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?**

Ik denk toch dat ik die donateurs misschien wat vaker een nieuwsbrief met weetjes en succesjes zou sturen. Wat meer dan één of twee keer per jaar. Iets meer van zich laten horen, maar dat hoeft niet zo duur te zijn. Ik denk dat zo'n reclamespot op de televisie, daar ben je ontzettend veel geld mee kwijt. Dat is wel goed voor je naamsbekendheid, maar niet voor je donateurs denk ik.

• **Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?**

Het is heel gek, want ik heb natuurlijk geen mensen in mijn omgeving die zo'n nare ziekte hebben. Maar ik zou wel eens een keer een documentaire willen zien of een misschien, maar dat is misschien heel naar, een behandeling of zo. Dat je iets meer een idee hebt wat het is om zo'n ziekte te hebben.

• **Op de website zelf is er een pagina waar een hoop spierziekten staan uitgelegd. Daar staan wel eens filmpjes bij van bepaalde mensen die wat hebben. Nou kan ik mij voorstellen als je donateur bent dat je niet elke dag op de website gaat kijken. Zou u het misschien een idee zijn om af en toe een link te sturen met bent u benieuwd hoe het nu gaat? Dan is er een filmpje interessant van te patiënten.**

Ja dat is een goede, want dan wordt je er even naar toe leidt. Inderdaad, dat zou echt een goede zijn. Ik ga één keer kijken op de site. Ik ben dan wel donateur, maar weet dat niet. Ik ga inderdaad niet elke week kijken. Dat doe je één keer als je donateur wordt. Dan zie je dat het mooi is en transparant etc.

• **Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft onlangs een nieuwe website gelanceerd voor de actievoerders. Zou dat ook een interessant iets zijn om te laten weten aan de donateurs?**

Nee, ik vind dat niet teveel. Ik zou dat wel goed vinden om daar op gewezen te worden om zo wat meer betrokken te zijn.

• **Heeft u nog een tip of een top voor het fonds?**

Ik ben niet zo strategisch. Ik denk niet dat er nu iets is voor het fonds.

• **Er zijn wel eens discussies om in de campagnes ook de patiënten zelf te laten zien. Zou het een manier zijn voor het Prinses Beatrix Spierfonds om zo hun patiënten-ambassadeurs te laten zien?**

Die campagnes van ALS vind ik echt vreselijk. Die enorme blokken overal.

• **Vindt u ze vreselijk en goed of vreselijk en te confronterend?**

Nee niet goed. Ze hangen echt overal, je komt ze overal tegen. Als het echt iemand is die is overleden aan die ziekte, dan krijg ik bijna een afkeer. Iemand die van te voren een foto's heeft laten maken. Van ALS ken ik wel mensen die overleden zijn trouwens. Wat wel werkt bij mij is een documentaire of kleine stukjes op de televisie over iemand hoe die met zo'n ziekte omgaat. Dat vind ik wel heel interessant, maar als reclame niet. Je zou het bijvoorbeeld kunnen stoppen in je zou het maar hebben. Dat ze daar een samenwerking mee doen of dat ze wat meer laten zien van mensen met een spierziekte. Ik vind dat programma gewoon heel goed. Het is geen reclame en het is een vrolijke manier van benaderen van die jongelui die allemaal vertellen hoe ze ermee omgaan. Dat vind ik beter dan dat je met je gezicht op enorme billboards staat.

• **Zouden er meer programma's goed zijn om jezelf te laten zien als het Prinses Beatrix Spierfonds?**

Ja misschien zijn er nog wel meer van dat soort programma's, dat weet ik niet. Maar het programma van je zal het maar hebben, vind ik een bepaalde manier van benaderen van mensen met een ziekte. Iedereen heeft wel wat natuurlijk, maar ze houden het hier positief. Vind ik beter dan reclame maken.

• **En patiënten op een foto, maar op een 'leuke' manier? Met daarbij en feitje van bepaalde spierziekten. Zou dat wat zijn of is het idee van mensen laten zien niet prettig vindt u?**

Ja dat kan wel, maar als ze al gestorven zijn en dan op grote billboards. Dat vind ik niet. De foto's moeten met smaak zijn en niet te afschrikwekkend. Je moet respect hebben naar patiënten toe. Ik ken die ene man van de foto's trouwens wel ergens van hij is volgens mij van die CitySwim.

• **Ja klopt. Hij heeft opgegeven moment zelf het CitySwim proces gestart om zo te zwemmen tegen ALS.**

O zo zit dat, bedankt.

• **Heeft u verder nog op- en of aanmerkingen?**

Nee eigenlijk niet. Ik vind het heel goed dat je dit doet. Ik ben wel heel benieuwd naar je resultaten. Succes.

• **Als u de resultaten interessant vindt om te ontvangen, kan ik die naar u opsturen.**

Ja vind ik leuk, ik zie ze tegemoet.

Respondent 4

Geslacht: Vrouw

Leeftijd: 27

Woonachting: Den Haag

Sinds wanneer donateur: 01-07-2014

Frequentie doneren: 5 euro per maand

Duur interview: 48:40

Naamsbekendheid

- Welke goede doelen kent u?

KWF, Prinses Beatrix Spierfonds, ALS, SOS Kinderdorpen en Oxfam Novib.

- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Pompe, OPMPS – mijn zusje werkte bij iemand die dat had, ALS, en iets wat je na Polio hebt gehad.

- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Genezing / wetenschappelijk onderzoek. In ieder geval genezing of iets dat mensen kunnen leven met een spierziekte. Dat het dragelijker wordt.

Introductievragen

- Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Een half jaar denk ik al. Misschien nu bijna één jaar.

- Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Omdat het best wel acuut komt bij mensen en ik heb het idee dat het achtergesteld is voor onderzoek ten opzichte van KWF. Terwijl het misschien wel net zo erg is. Je kan er ook aan dood gaan en je leven kan zeer ondragelijk worden. Zeker als ik het verhaal hoor waar mijn zusje bij werkte. Dat vind ik super zielig. Die kan alleen nog maar plat liggen en die heeft een dochtertje. Ik kan daar niet tegen als daar bijna niets tegen is. Net zoals ALS, dan denk ik daar moet toch iets tegen te verzinnen zijn. Dan moet je daar onderzoek naar zijn.

- De reden is eigenlijk het verhaal van je zusje?

Ja klopt. Ik steun ALS ook los. Maar op mijn werk had ik te maken met wat zaken rondom Pompe en toen kwam alles een beetje bij elkaar. Ik vind het gewoon heel ongrijpbaar. Daarom.

- Hoe komt het dat je dan bijvoorbeeld het Prinses Beatrix Spierfonds bent gaan doneren en niet Spieren voor Spieren?

Misschien onwetendheid. Ik wilde iets met spierziekten doen en deze ken ik. Die andere die je net opnoemde die ken ik niet, dus wat dat betreft.

- Hoe ben je achter de naam Prinses Beatrix Spierfonds gekomen?

Televisie spotje, ik wist het. Ik ken het. Hoe ben ik erachter gekomen? Via de televisie denk ik, het zit in mijn hoofd.

- Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?

Nee. Ik steun ook KWF, ALS en Prinses Beatrix Spierfonds.

Communicatie

- Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Naar mij als donateur vind ik het heel goede communicatie, want ze sturen best wel vaak een brief of een folder. Meer dan de andere doelen die ik steun, dus wat dat betreft vind ik dat goed. Het mag van mij zelfs wel wat minder. Ik lees het namelijk niet altijd moet ik eerlijk bekennen. Het mag van mij minder. Als je twee keer per jaar een folder krijgt is dat genoeg. Dan weet ik dat het geld goed besteed wordt. Het is gewoon netjes om je donateurs een beetje op de hoogte te houden. Ik krijg denk ik nu één keer in de drie maanden post. Dat vind ik zelf nog wat veel.

- Zou er misschien onderscheid gemaakt moeten worden dat mensen zelf kunnen aangeven of ze meer willen ontvangen?

Ja dat is een goed idee. Ik zou beginnen met wat minder en dan kan je het aangeven als je extra wil.

- De donateurs kunnen nu ook aangeven als ze niks meer willen ontvangen, maar het is dus ook best handig om aan te geven om meer te ontvangen?

Ja dat denk ik wel. Ik vind één of twee keer per jaar post wel echt genoeg, maar ik vind het wel prettig om iets te ontvangen zodat ik kan zien wat ze doen. Omdat het mij wel interesseert en kijken of er vorderingen zijn.

- In zo'n Spierkrant, wat vindt je fijn om daarin te lezen? Heb je daar misschien nog verbeteringen voor?

Je leest in de Spierkrant ook casussen, dat vind ik op zich prettig. Wat ik zelf prettig vind is om te lezen waar ze mee bezig zijn en als er vorderingen zijn wat ze dan zijn. Of als er iets nieuws bedacht is om op die manier te onderzoeken of als er een medicijn is dat je laat weten hoe het uitpakt. Dat vind ik prettig. En echt casussen over mensen die ziek zijn, het is niet echt dat ik daar vrolijk van word. Ik steun het wel, maar juist omdat ik weet dat dat er is. Ik hoef er niet perse mee geconfronteerd te worden, omdat ik het al zielig genoeg vind.

- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Even kijken, nee. Ja nou je het zegt, staat me toch iets bij. Jawel. Ik zit even te kijken. Komt mij toch wel bekend voor. Ik ken hem met Jan Kooijman en niet met René van Kooten. Als je toch een bekend iemand hebt, zal ik ook Jan Kooijman gebruiken. De reclame staat mij in ieder geval bij.

- En vindt je het goed als ze naar buiten treden en commercials doen?

Ja, ja. Want wat ik wel vind is de moeite die er is om geld binnen te halen dat het Spierfonds altijd een afweging moet maken of de kosten niet veel meer zijn dan dat het oplevert. Zodra de kosten niet meer zijn dan het oplevert vind ik dat je het altijd moet doen. Ik vind het heel goed. En ook zeker omdat er nog niet zoveel bekendheid is onder het Prinses Beatrix Spierfonds, ik hoor er niet veel mensen over.

- Deze commercial is in september gelanceerd. Zou je het fonds adviseren om het hele jaar wat te doen of misschien twee keer per jaar?

Ik zou twee keer per jaar doen. Dan kan je even weer het geheugen opfrissen en indien mogelijk aansluiten bij de actualiteiten. Als er bijvoorbeeld iets is met Pompe dan zou ik daar gelijk iets mee doen. Net als met die Ice Bucket Challenge, daar kan je ook gelijk op inhaken. Maar die dingen zou ik ook gebruiken om gelijk in te zetten.

- Het fonds staat voor alle spierziekten en het is lastig om daar onderscheid in te maken. Als het fonds zou kiezen voor bijvoorbeeld alleen Pompe dan voelen andere zich weer gepasseerd. Hoe zou je dat aanpakken?

Ik weet bijvoorbeeld die reclame die mij nog bij staat van een paar jaar geleden. Dat was een reclame dat een jongentje met zijn vader over het strand loopt en dat jongentje had volgens mij een spierziekte. En dat hij dan vraagt aan zijn vader is je hart dan ook een spier? Die is mij altijd bijgebleven en die is heel breed. Dat gaat over spierziekte in het algemeen. Dat soort spotjes zou je ook kunnen doen.

- En de reclames van ALS bijvoorbeeld?

Dat kan ook. Ik zou het afwisselen. Als de mogelijkheid zich voordoet zal ik aansluiten bij ALS, omdat daar zoveel publiciteit was destijds. Het is ook een goed idee om één keer per jaar bewustzijn te creëren om bijvoorbeeld in reclames te zetten zoveel mensen overlijden er per jaar aan deze en deze spierziekte. Dan hebben mensen een idee dat het best wel groots is.

- Ze hebben laatst een samenwerking gehad met Everybody Dance Now. Zouden er nog andere programma's zijn waarvan je denkt dat zou een goede samenwerking zijn?

Misschien wel iets met bewegen. Ik denk dat So you think you can dance breder wordt bekeken. Ik zou wel iets met bewegen doen. Iets waar men beweegt. Ik zou zo snel niets weten. Ik heb alleen niet de neiging als ik iets op iemand zijn shirt zie staan om mijzelf dan betrokken te voelen. Dan zal ik dan ook niet doen.

- Heb je het idee dat het fonds anders naar je communiceert als donateur?

Jawel, met die folders. Ik heb wel het idee dat ik een blijk van waardering krijg. Ik weet niet of het fonds het doet, maar KWF doet het wel. Dat schiet bij mij in het verkeerde keelgat. Dat je al steunt en dan bellen ze of je meer wil geven of ze sturen een brief. Daar kan ik heel slecht tegen. KWF doet dat zeker en dat is iets waar ik op afknop. Als je mij twee keer per jaar een folder stuurt met daarin bedankt voor uw steun, want dat staat er altijd in en dan erbij dit en dit doen we met uw geld. Dan ben ik al snel tevreden. Je steunt een goed doel niet om aan de lopende band aan credits te krijgen.

- Ontvang je ook per mail nog berichten van het Spierfonds?

Volgens mij niet eigenlijk.

- Zou het aanspreken om daar af en toe een filmpje te laten zien van een ambassadeur-patiënt of we hebben een nieuwe website. Zou zo iets aanspreken?

Ja, maar dan zou het wel interessant zijn dat zij vertellen wat het Prinses Beatrix Spierfonds al voor ze heeft betekent. Want alleen een zielig geval dat is niet zo prettig om in je mailbox te krijgen. Dus wel de nadruk op het feit wat het fonds voor ze heeft betekent. Dat vind ik dan wel prettig om in mijn mail te hebben. Misschien überhaupt wel met correspondentie om per mail te doen. Er zijn ook wat mensen die meer milieubewuster zijn.

- Digitaal overgaan dus?

Ja precies en dan kan je altijd zelf nog kiezen of je het leest of niet.

Symbolen

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)

Ja ik heb de website wel eens bekeken, maar het geheugen laat mij in de steek. .

- Wat zou u graag willen zien op de website?

Dat ze een overzicht van spierziekten hebben staan wat overzichtelijk is.

- Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?

Ik vind het logo typisch en herkenbaar. De kleuren zeker. Dit poppetje dat onthoud ik niet. De kleuren onthoud ik en weet ik wel waar het over gaat.

- Zegt het poppetje je ook nog iets?

Ik geloof dat het een bepaald beeld geeft, maar ik zou het niet weten. Het is een bewegend poppetje dat zie ik, maar heb er geen associaties bij.

- Voor 2012 heette het Prinses Beatrix Spierfonds het Prinses Beatrix Fonds. Toen je donateur werd wist je wel gelijk dat het voor spieren was?

Ja tuurlijk. Van het Prinses Beatrix Fonds zou ik ook niet donateur worden. Dan had ik het denk ik ook niet onthouden. Spierfonds in de naam is wel echt heel belangrijk en daardoor weet ik het ook.

- Wat zijn de eerste vier woorden of kernwaarden waaraan je denkt als je het Prinses Beatrix Spierfonds hoort?

Wetenschappelijk onderzoek, medicatie, ontwikkeling of vooruitgang en beter maken / leefbaar maken voor de patiënten.

Persoonlijkheid

- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na				X		
is vriendelijk naar mij toe				X		
communiceert heel duidelijk				X		
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn					X	
deskundig					X	
betrouwbaar					X	
creatief			X			
ondernemend				X		
conservatief		X				
wetenschappelijk					X	
innovatief			X			
modern			X			
professioneel				X		
sociaal				X		
communicatief			X			
transparant				X		
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur				X		
eigen invulling.....						

Ik vind misschien juist omdat ze wat kleiner zijn dat ze wat betrouwbaarder overkomen. Het KWF vind ik ook betrouwbaar, maar die zijn wat vaker in het nieuws geweest dat ze niet helemaal transparant zijn. Misschien komt het ook wel doordat er Prinses Beatrix in de naam zit, maar het heeft een nostalgisch beeld.

• *Je hebt bij vier woorden gezegd dat je die extra goed vindt. Kan je daar misschien wat over vertellen?*

Ja in dat krantje vind ik heel duidelijk waar ze mee bezig zijn. Deskundig ook. Heb wel het idee dat ze weten waar ze mee bezig zijn en er echt induiken. En het betrouwbare komt ook een beetje door de naam denk ik. Ik heb eigenlijk nooit iets heel negatiefs over het fonds gehoord. En ze hebben volgens mij ook een keurmerk en de naam en op die manier komen ze betrouwbaar op mij over. Wetenschappelijk stond heel erg centraal doen ik het ging steunen, dat ze veel wetenschappelijk onderzoek doen. Zeker voor een ziekte waar zo weinig over bekend is, vind ik dat je veel wetenschappelijk onderzoek moet doen.

• *Als ik nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Ja dat vind ik zeker kloppen. Innovatief wat je zegt dat zou ik niet weten. Misschien kunnen ze daar nog wat meer mee, want dat weet ik niet. Dat is denk ik wel iets waar je als fonds credits mee krijgt.

• *Wat vindt u zelf heel belangrijk wat een organisatie doet?*

Dat ze onderzoek doen en betrouwbaar zijn. Uiteindelijk geef je geld voor het onderzoek en het medicijn.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Van het fonds zie ik zelf niet zo heel veel in de media bijvoorbeeld. Verder kan ik hier niet zo goed over oordelen.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Sterk vind ik het betrouwbare. Dat stralen ze echt naar mij uit. Ook de communicatie is goed. De spotjes zijn niet teveel zodat het irritatie opwekt, maar dat zou misschien nog iets meer kunnen. Voor een relatief klein fonds doen ze daar best veel mee, dat vind ik goed. En zwak misschien dat toch iets meer naamsbekendheid. Dat denk ik wel. En dat mensen misschien iets meer door moeten hebben wat überhaupt een spierziekte is. Hoe vervelend het is. We weten allemaal wat kanker is. Misschien is het goed om te laten weten wat het met je doet en hoeveel mensen er last van hebben. Die bekendheid helpt misschien wel.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?*

Ik denk dat ik bekendheid met spierziekten zelf. Dat mensen echt wel doorhebben dat het heel erg is. Je hebt ook elk jaar één nationale kankerdag. Dan gaan mensen met zijn alle bellen. Zoiets zou ook goed zijn voor spierziekten. Daar zou ik misschien iets meer mee doen, zeker ook met zulke goede ambassadeurs.

• *Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik zou dan zeggen hoe erg ik het vind dat mensen een spierziekte hebben. En dat er nog niet veel onderzoek naar is gedaan, omdat de middelen zoals bij KWF niet binnen stromen, maar dat het minstens zo belangrijk is.

• *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Ik zou vooral de site toegankelijk maken. Ik heb niet onlangs op de site gekeken en volgens mij is de site het wel. Wat mij nog bijstaat is dat je vrij snel het overzicht met spierziekte hebt en dat zijn er zoveel. Dus dan wordt het mij niet heel duidelijk. Een algemene omschrijving wat een spierziekte over het algemeen met je doet, zoveel mensen hebben deze spierziekte. Daarvan overleeft zoveel procent het niet en wij willen er voor zorgen dat.. Dat zal mij wel helpen, maar voor nieuwe mensen ook denk ik.

• *Heb je nog een tip voor het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Iets meer algemene communicatie over spierziekte. Meer bewust maken in Nederland en wat de ernst van het hebben ervan en wat het fonds eraan doet.

• *Heeft u verder nog op- en of aanmerkingen?*

Nee eigenlijk niet.

Respondent 5

Geslacht: Man

Leeftijd: 77

Woonachting: Amsterdam

Wanneer gedoneerd: 05-11-2014

Duur interview: 38:02

Naamsbekendheid

- Welke goede doelen kent u?

Kinder Kanker, DPC, Hartstichting, Lever en Nierstichting.

- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Niet zo veel. Het Prinses Beatrix Spierfonds kende ik eigenlijk niet echt. Ik zou eigenlijk niet eens weten waarom ik heb gegeven.

- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat ik er weinig van af weet.

- Wat denkt u dat ze doen?

Dat weet ik ook niet precies. Ik heb het waarschijnlijk wel gelezen, maar ik krijg zoveel aanvragen. En de ene keer geef ik wel en de andere keer niet.

Introductievragen

- Wat is uw reden waarom u een keer een donatie heeft gedaan aan het fonds? Hoe is dat verlopen?

Dat weet ik eigenlijk niet. Ik heb mensen gekend die een spierziekte hadden en het is een vreselijke ziekte en toen dacht ik van nou ik steun het deze keer.

- U heeft een keer een acceptgiro ontvangen?

Ja klopt ik kreeg een acceptgiro. En toen kwam het financieel uit. Soms krijg ik drie of vier van die verzoeken tegelijk. Dan moet je keuzes maken. Ik kan niet aan iedereen geven dat is niet te doen. Dan ben je bijna een maandsalaris kwijt.

- Bent u ergens ingeschreven, zodat u al die aanvragen krijgt?

Waarschijnlijk wel. Je krijgt dan zo'n bericht dat je het kunt blokkeren. Ik heb het een paar keer geprobeerd en dan kreeg ik een hele waslijst. En via zo'n bureau lukt het bijna nooit om zoiets af te sluiten. Dus waarschijnlijk wel, maar het is te ingewikkeld. Je moet elke keer naar het volgende en dan weer het volgende en weer het volgende en dan denk ik bekijk het maar. Het zou wat simpeler moeten kunnen.

- Zou u het prettig vinden om gebeld te worden door de fondsen?

Nee. Vaak als je een keer niet hebt gegeven, wordt je opgebeld. Daar heb ik gewoon geen trek in om iedere keer weer gebeld te worden. Maar het lukt gewoon niet om het te verbreken.

- Aan welke andere fondsen geeft u nog meer?

Hartstichting, KinderKanker, gewoon kanker.

- U bent wel een goed mens in ieder geval.

Ja goed, als iedereen een steentje bijdraagt lukt het misschien om verder onderzoek te stimuleren.

- Zijn dat ook allemaal losse giften of bent u daar vaste donateur?

Nee allemaal losse giften. Ik heb geen zin om me erin vast te leggen. De ene keer komt het uit en de andere keer komt het niet uit. De ene keer denk ik ik vind die belangrijk en de andere keer vind ik een andere belangrijk. Ik wil me er niet in vastleggen. Ze vragen het allemaal wel u heeft een losse gift gegeven, wilt u geen vaste donateur worden?

Communicatie

- U heeft waarschijnlijk niet zo heel veel mee gekregen van de communicatie van het fonds, want u ontvangt verder geen post etc?

Nee volgens mij niet nee.

- En uw acceptgiro zat bij u in de bus met wat erbij?

Ik weet ook niet hoe ze die hebben gekregen. Ik zit in een bepaald systeem denk ik en dan proberen ze het. Ik moet wel een goed gevoel bij het fonds hebben gehad, anders had ik het niet gedaan. Maar verder weet ik er eigenlijk heel weinig van.

- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Nee heb ik niet gezien.

- Oke, want dit was een commercial die in september gelanceerd is. Waar de ambassadeurs Jan Kooijman en René van Kooten wanten aan hadden om te laten zien hoe moeilijk het is voor mensen met een spierziekte om vrij te bewegen. Als u het zo ziet, wat vind u er dan van?

Ik kan mij herinneren dat ik iets vaags gezien heb, maar niet heel bewust.

- U gaf net aan dat u geen behoefte heeft om communicatie van het fonds te ontvangen. Is het een goed idee om de mensen die een losse gift hebben gegeven om een krantje op te sturen van het fonds met daarin wat ze hebben bereikt en wat hun doelstelling is, om zo wat over het fonds te vertellen?

Er is wel iets wat ik een beetje gek vind van bijvoorbeeld Alzheimer. Ik krijg er zoveel post van, besteed dat geld dan aan onderzoek. En stuur me niet iedere paar weken weer een krantje of een verzoek, dat vind ik gewoon zonde van het geld.

- Zou u het wel prettig vinden om dat per mail te ontvangen?

Ik zou er nu wel iets meer van willen weten, maar ik hoef niet maandelijks of ieder kwartaal weer een heleboel informatie te hebben. Er verandert toch niet veel, ze zijn bezig met een onderzoek en dat loopt. En daar vertrouw ik op dat ze het goed doen.

- U heeft net aangegeven niet meer post of communicatie van het fonds te ontvangen. Zou het fonds wat kunnen doen in uw ogen om misschien bij andere losse gift donateurs meer verbondenheid te creëren?

Als blijkt dat ze iets ontdekken of progressie hebben gemaakt dat dat misschien stimuleert. Maar het zijn onderzoeken die altijd lang duren denk ik er is niet zoveel resultaat gelijk te zien. Dat duurt gewoon heel lang, dus ik denk dat er niet zoveel zal helpen.

- Ik heb nog een aantal andere losse gift donateurs gesproken en die zeiden ook dat ze vooral hebben gekozen en dat toevallig dit keer het Prinses Beatrix Spierfonds erbij zat. U gaf aan ook zo te denken, maar zal er iets zijn wat kan helpen daarbij?

Ja klopt zo gaat dat bij mij ook. Ik denk dat het helpt als je iemand in je omgeving kent die een spierziekte heeft. Dan ben je meer betrokken en ben je meer geneigd om het te doen. Maar zoals ik zeg; je hebt zoveel aanvragen en dan denk ik weer eentje erbij. Dat gaat in de hoop. Als je er niet zoveel hebt, zal het makkelijker zijn. Maar ik steun al iets van tien dingen regelmatig. Dat vind ik al een hele boel, dus ik ga het gewoon niet doen. Ik wil mij gewoon niet vastleggen.

- Ja precies, behalve als u zelf iemand in uw omgeving heeft bijvoorbeeld?

Ja klopt of als ik het idee heb dat ze echt heel goed bezig zijn.

Symbolen

- Heeft u wel eens de site gekeken van het fonds?

Nee heb ik niet gedaan.

- Wat zou u graag willen zien op de website?

Dat ze vertellen wat ze doen en hoe de onderzoeken lopen.

- Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet? Laat logo zien aan respondent.

Ik vind het een mooi en duidelijk logo.

- Welke beelden/associaties komen het eerste in u op bij het zien van het logo?

De vraag eigenlijk wat ze doen. Wat doen zij anders dan andere fondsen of onderzoeken. Ik heb te weinig informatie om te zeggen o dit of dit.

- U zou het wel nationaal of regionaal willen zien?

Ja. Ik weet niet hoe bekend het is in Nederland, maar bij mij is het heel erg bekend. Dus daarom heb ik niet zoiets daar voel ik mij verbonden mee en daar ga ik aan geven. Ik weet er te weinig van.

- Voor 2012 heette dit fonds het Prinses Beatrix Fonds in plaats van Prinses Beatrix Spierfonds. Hierdoor wisten mensen vaak niet dat het voor spieren was. Toen u de naam zag, wist u toen wel gelijk dat het voor spieren was?

Nee. Kijk als je echt bewust ga kijken dan is de vraag toch wel wat doen ze? Wat is het Spierfonds eigenlijk en wat voor organisatie is het. En dat is voor mij heel vaag.

- Hoe zouden ze dat denkt u aan Nederland kunnen overbrengen? Om meerdere mensen als u daarover te kunnen informeren?

Je zou een spotje op televisie moeten hebben. Je krijgt zoveel post en dan is het even kijken, maar het blijft niet hangen. Als zoiets op nationale televisie komt met bekende mensen erbij dan gaat het leven. Hier krijg ik geen beeld bij.

- Ja een reclame waarvan u terug kan denken o dat is die.

Ja precies.

- En bijvoorbeeld de reclame van ALS. Heeft u die gezien? Vindt u dat dan te heftig of wel een goede manier?

Nou ik vind dat niet te heftig. Ik bedoel het is een dagelijks gebeuren in het land met overlijden. In het Parool heb je iemand die altijd een column schreef. Hij schrijft nu wekelijks een column en hij staat op overlijden. Dat is heel interessant om te lezen hoe hij er mee omgaat en hoe zijn familie ermee omgaat.

- Wat heeft die meneer?

Kanker. Maar dat vind ik heel mooi om te lezen en het wordt veel gelezen heb ik gelezen.

- Zo krijgt u dus wel een binding?

Ja zo zie je wat het is. Het is een duidelijker beeld dan een spierziekte. In bijna iedere familie komt het wel voor. Of je kent iemand die er aan lijdt of aan is overleden. Dat is veel meer dichtbij en een spierziekte is veel minder dichtbij.

- Zou u bijvoorbeeld zo'n column die u nu leest ook lezen als het over spierziekten zou gaan? Het fonds heeft een ambassadeur en dat meisje krijgt binnenkort een operatie, maar dat is eigenlijk een testoperatie. Dus het is niet geheel duidelijk hoe dat in de toekomst voor haar voor impact heeft. Zou zoiets interessant zijn om ook over te schrijven?

Ja, zo wordt het wel duidelijker bij mensen wat nou eigenlijk een spierziekte is. Ik denk dat het helpt omdat het duidelijkheid geeft hoe heftig het is en wat voor impact het heeft. Dat ook kleinere kinderen en volwassenen het kunnen hebben.

- Het Prinses Beatrix Spierfonds is laatst een samenwerking aangegaan met Everybody Dance Now. Daar heeft Jan Kooijman ook een stukje vertelt over het fonds en de prijs van de winnaar, maar niet iedereen heeft het programma gevolgd.

Nu je het zegt heb ik wel gehoord dat hij ambassadeur is van het Spierfonds. Maar daarbij is er geen duidelijkheid hoe belangrijk het is en wat voor impact het heeft.

- Zijn er bijvoorbeeld andere programma's die u zou adviseren om meer mensen aan te trekken?

Ik vind niet dat je in alle programma's moet instappen. The Voice of Holland zijn programma's waar veel mensen wel naar kijken, maar om het daar in te verweven is lastig. Kijk als een van de deelnemers het ook zou hebben of iets anders, dan komt het dichterbij.

- Bij Everybody Dance Now is de link eigenlijk gelegd van met een spierziekte kan je niet goed bewegen en als danser wel.

Ja dat is natuurlijk heel mooi. Met zo'n zang kan je dat niet laten werken, maar met het dansen wel. Het zegt wel iets.

- Wat zijn de eerste vier woorden die er in u opkomen als u denkt aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Een van de goede doelen die met een belangrijk onderzoek bezig is. Ik ben van mening dat het goed is dat die fondsen bestaan om het waar te maken, maar verder zegt het fonds mij dus weinig. Ik vind het wel goed dat er organisaties bestaan die geld inzamelen, omdat er van de overheid niks komt. Dat gebeurt helaas niet, dus dan moet je als burger geld brengen.

Persoonlijkheid

- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na						X
is vriendelijk naar mij toe						X
communiceert heel duidelijk						X
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn						X
deskundig					X	
betrouwbaar					X	
creatief				X		
ondernemend						X
conservatief						X
wetenschappelijk				X		

innovatief				X		
modern						X
professioneel						X
sociaal						X
communicatief				X		
transparant						X
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur						X
eigen invulling.....						

Ik vind dat ze een goed logo hebben, maar veel dingen kan ik niet invullen omdat ik er te ver van afsta.

- Wat vindt u heel belangrijk waar een fonds zich mee bezighoudt of waar een fonds aan moet voldoen?

Ik vind het heel belangrijk dat ze onderzoek plegen naar de oorzaak. En ik vind het heel belangrijk dat ze iets doen om het te bestrijden, zodat er uiteindelijk geneesmiddelen zijn.

- Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Dat weet ik niet zo goed. Ik vind het wel belangrijk dat ze samenwerken met andere fondsen die op soortgelijk terrein ook bezig zijn en met bepaalde onderzoekscentra. Verder weet ik er te weinig van om daar een oordeel aan te hangen. Het is die onbekendheid.

Gedrag

- Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat weet ik niet zo goed.

- Wat vindt u de sterke en zwakke punten bij uw eerste indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik weet er te weinig van.

- U denkt wel dat het goed is om meer informatie te hebben in Nederland?

Ja meer informatie geven over wat ze doen en mee bezig zijn. Ik kan me er wel iets bij voorstellen wat ze doen met onderzoek etc., maar hoe ver ze zijn en wat ze echt doen is onduidelijk.

- En dat is vooral informeren met een commercial?

Het maakt niet uit hoe als ze maar duidelijk maken aan de burger wat ze doen. Misschien zijn er wel andere mensen die er heel veel van weten, maar ik weet er dus weinig van. En met mij zullen er heel veel andere mensen zijn. Van veel organisaties krijg je informatie en soms is het helemaal niet leuk om te lezen. Je moet mensen ook gelijk triggeren om het te lezen.

- Hoe zouden ze dat in uw ogen kunnen doen? Wat zou u triggeren?

Nou gewoon hoe het eruit ziet, de lay-out of dat mij aanspreekt. Ook met voorbeelden komen, wat is het? Je ziet wel een beschrijving van iemand wat die heeft of heeft gehad. Dan zegt het al meer. Maar de lay-out van zoiets moet gewoon aanspreken. Dat is met alle reclame, het moet je pakken. Dat je nieuwsgierig wordt van wat is het? Het moet je nieuwsgierigheid trekken.

- Het Spierfonds staat voor alle spierziekten. Het zijn er alleen zoveel, dus ze kunnen niet alles toelichten. Voor elke spierziekte is er eigenlijk wel een ambassadeur-patiënt die een gezicht geeft aan de ziekte. Zou u het goed vinden om deze mensen meer aan Nederland te laten zien, want ze staan nu op de website en vertellen hun verhaal in een filmpje. Of zou u dat ook prettig om een plaatje van te zien hangen?

Ja dat denk ik wel.

- Zodat u kan zien hoe het aangetast kan zijn of hoe je eruit kan zien met een spierziekte?

Ja, want je zegt er zijn zoveel spierziekten maar komt dat ook in publicaties naar voren hoeveel spierziekten er zijn?

- Ja op de site staan in ieder geval veel spierziekten uitgelegd, maar niet allemaal want van sommige spierziekten is nog weinig bekend of zijn er weinig mensen geregistreerd.

Ik las laatst iets over een jongen die had een heel zeldzame ziekte en er was een experiment die het ziekenhuis daaraan betaalde, maar dat was 200.000 euro per jaar om medicijnen te geven. Dat spreekt wel aan natuurlijk, maar je moet het toch doen want je kan niet iemand zomaar dood laten gaan. Dat raakt natuurlijk wel en maakt duidelijk hoe belangrijk het is.

- U zou dus graag willen zien wat de ernst is van een spierziekte?

Ja bijvoorbeeld bij Pauw daar komen zulke bijzondere dingen zo nu en dan voor. Dat zijn wel programma's waar veel mensen naar kijken. Of misschien bij Humberto Tan, dat soort programma's of de Wereld Draait door. Probeer het daar doorheen te krijgen. Dan hebben mensen het gezien. Al is het maar kort, maar dan geeft het toch een beeld van he dat wist ik nog niet. Maar om het daar in te verweven is natuurlijk altijd moeilijk, maar je ontvangt uiteindelijk wel veel mensen.

- Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik zou zeggen dat het een goed doel is en dat meer mensen dat moeten doen. Is het misschien niets voor jou, vraag ik dan. Je moet het wel geven met een doel of vanuit je hart.

- U heeft in principe wel een goede algemene indruk van het fonds?

Ik vind het gewoon goed dat het gebeurt en ik weet wel dat het belangrijk is om dat soort ziektes te onderzoeken.

- Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?

Nou als ik zou merken dat het toch niet bekend genoeg was, dan zou ik dat de prioriteit geven.

- En hoe?

Zorgen dat ik het bij bepaalde programma's het erin kan brengen met duidelijke voorbeelden en dat het een gezicht krijgt bij mensen. Dan zijn mensen eerder geneigd om iets te geven dan als iets onbekend is. Dat is een belangrijk punt als iemand aan de top zit om dat te stimuleren. Vertellen waar ze mee bezig ze zijn en of ze al resultaat hebben gezien of zeggen dit gaat goed. Je hoort een onderzoeker wel eens zeggen; we zijn er nog lang niet, maar we hebben goede vooruitzichten en het helpt daar en daar voor. Dan zegt dat wat.

- U heeft nu één keer geld gegeven aan het fonds door middel van een acceptgiro. Wat zou u adviseren aan het fonds om te doen in de toekomst. Stel u heeft een acceptgiro ontvangen in september zou het dan irritatie opwekken als u er in februari nog één ontvangt of misschien twee keer per jaar?

Ik zelf zou het wel weer sturen. Misschien moet je de mogelijkheid erbij zetten van ik hoef de informatie niet meer. Dat je het duidelijk kan geven. Wat ik nu bijvoorbeeld met Alzheimer heb; ik heb terug gestuurd dat ik al die informatie niet hoef. Ik lees het toch niet, dus dan wil ik dat het geld wordt bespaard en ze blijven het gewoon sturen. Dat vind ik gewoon slordig. Ik hoef niet vier keer per jaar een uitgebreide evaluatie te hebben wat ze doen en hoe ver ze zijn. Ik weet dat het een rotziekte is en dat er veel mensen mee bezig zijn om er wat aan te doen. Maar ik hoef dat niet vier

keer per jaar te weten. Als ik één keer per jaar informatie kan krijgen is dat voldoende. Maar ik hoef niet elk kwartaal een boekje te ontvangen met een acceptgiro erin. Dat vind ik te pusherig. Ik kijk het meestal even door, maar gaat toch vaak de papiermand in.

• *Eigenlijk zal u zeggen ik heb in september gedoneerd om dan een jaar later nog een acceptgiro te ontvangen?*

Ja. Eén keer per jaar of twee keer per jaar is goed. Dan kan je altijd zelf bepalen. Als ik beter weet wat het fonds doet zal ik makkelijker geven.

• *Bij de acceptgiro moet dus eigenlijk kort gehighlined zijn waar ze nu mee bezig zijn en wie het fonds is? En dan twee keer per jaar?*

Dat zou heel goed zijn. Ik denk dat twee keer per jaar goed is. Vaker moet je ook niet, want je krijgt zoveel verzoeken om geld. En je moet niet krijgen dat mensen je bovenop de stapel leggen en denken daar is er weer één.

• *Zou er toevallig een maand zijn die beter is dan een andere om een acceptgiro te sturen?*

Nee niet echt. Voor sommige mensen wel die kerstmis of sinterklaas vieren, maar voor mij is dat niet zo. Als je een systeem maakt dan moet je het denk ik toch niet in december doen en niet in de zomermaanden, maar ertussen in. Misschien na het vakantiegeld in mei, dan hebben mensen het iets ruimer.

• *Dat zou misschien ook een manier zijn om de losse gift donateurs wat meer bij het fonds te betrekken en dan met zo'n brief erbij?*

Ja. Niet te lang en niet te veel informatie. Gewoon to the point dat blijft hangen bij mensen.

• *En ook vooral niet nabellen?*

Nee ik vind dat niet prettig, maar ik weet niet of andere mensen dat vinden. Ik denk het niet.

• *Heeft u als laatst misschien nog een goede tip voor het fonds?*

Door gaan met het goede werk. Wat ik wel graag wil is iets meer informatie ervan hebben, zodat ik kan zien of ik het wel of niet wil blijven steunen. Bij zo'n gesprek denk ik wel o daar heb ik nog niet over nagedacht en dan blijft het toch ergens zweven. Als je meer ervan weet ben je meer geneigd om vaker of meer te geven. Het moet duidelijk zijn.

Respondent 6

Geslacht: Man

Leeftijd: 46

Woonachting: Heerenveen

Wanneer gedoneerd: 07-10-2014

Duur interview: 36:43

Naamsbekendheid

- *Welke goede doelen kent u?*

Unicef, Leger des Heils, Voedselbank, Jantje Beton, Rode Kruis en Kika.

- *Welke goede doelen met een spierziekte kent u?*

Prinses Beatrix Spierfonds en MS-research.

- *Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Mensen helpen die leven met een spierziekte.

Introductievragen

- *Hoe vaak en sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Dat weet ik niet meer. Volgens mij toen ik één keer een acceptgiro in mijn brievenbus heb ontvangen.

- *Bent u ergens ingeschreven, zodat u al die aanvragen krijgt?*

Ja dat weet ik eigenlijk niet. Misschien hebben ze mijn postcode wel via een bedrijf ontvangen. Dat kan ik eigenlijk niet vertellen.

- *Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Omdat ik het Prinses Beatrix Spierfonds betrouwbaar vind en ik vind het prettig om een eenmalige gift te geven om zo eventueel verder te helpen in verder onderzoek naar spierziekten.

- *Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?*

Nee. Ik geef ook nog aan Unicef, het Leger des Heils en de Voedselbank.

- *Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Mijn algemene indruk van het fonds is dat ze weten waar ze mee bezig zijn en dat ze het goed doen.

Communicatie

- *U heeft waarschijnlijk niet zo heel veel mee gekregen van de communicatie van het fonds, want u ontvangt verder geen post etc?*

Nee dat klopt. Ik heb eenmalig die acceptgiro ontvangen en daarbij zat wat informatie en een brief.

- *Wat vond u van die informatie en brief die erbij zat?*

Ik heb hem niet grondig doorgelezen. Er kan misschien wel wat meer to the point gecommuniceerd worden. Maar er stonden zeker dingen in die mij aangrepen, waardoor ik heb gedoneerd.

- *Wat heeft u aangegrepen bijvoorbeeld?*

Dat weet ik niet meer.

- *Wat zou u goed vinden om erbij te krijgen bij zo'n acceptgiro?*

Om te weten wat spierziekten met je doen en misschien een foto erbij. Zodat je een beeld kan krijgen van verschillende mensen met een spierziekte.

- *Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?*

Dan vind ik internet de prettigste manier. Dit is het meest vrijblijvend en dan kan ik zelf bepalen of ik er wel of niet naar kijk.

- *U geeft net aan een goede algemene indruk te hebben van het fonds. Hoe komt dat gezien de weinige communicatie die u heeft?*

Ze komen betrouwbaar op mij over en ik kreeg de eerste keer een goed gevoel bij het fonds.

- *Hoe zou u het vinden als het fonds alle losse gift donateurs nabelt om te vragen om nogmaals te geven of om vaste donateur te worden?*

Nee dat zou ik niet vinden. Als ik dat zou willen, dan zou ik dat zelf al gedaan hebben. Ik krijg er een naar gevoel bij als ik zo benaderd wordt door een organisatie.

- *Wat zou u adviseren voor het fonds als de donateurs een eenmalige gift hebben gegeven om dan in de toekomst nog een acceptgiro te sturen en hoe vaak?*

Ja dat kan je wel doen. Het moet niet te vaak natuurlijk, want dan wek je irritatie op en sommige mensen hebben niet zo veel geld. Het zou goed zijn om het jaar erna of heel misschien twee keer per jaar zo'n acceptgiro te sturen. Zowel naar nieuwe donateurs als naar de mensen die een losse gift hebben gegeven.

- *Zou er nog een bepaalde periode zijn om dit te het beste te sturen?*

Nou ik zou het dan niet in de zomervakantie doen, want dan zijn veel mensen er niet. En rond kerst en januari is er meer geld gereserveerd voor de feestdagen. Dan zou het toch wel een goed idee zijn om het na een campagne te doen. Dan hebben sommige mensen hem misschien gezien. En als die de campagne dan goed is, dan zullen mensen het misschien wel onthouden.

- *In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)*

De informatie die ik ontvangen heb destijds vond ik voldoende.

- *Is het een goed idee om de mensen die een losse gift hebben gegeven om een krantje op te sturen van het fonds met daarin wat ze hebben bereikt en wat hun doelstelling is, om zo wat over het fonds te vertellen?*

Ja dat zou kunnen, maar ik denk dat veel mensen daar geen behoeften aan hebben. Zij zullen waarschijnlijk een eenmalige gift gedaan hebben, omdat zij goede doelen willen steunen.

- *Hoe kan het fonds zorgen voor betrokkenheid op dat moment?*

Het lijkt mij verstandig om bij de post algemene informatie te stoppen over spierziekten en wat het met je doet. Daarbij zijn misschien enkele feitjes erbij wel interessant. Als het maar niet te veel wordt, want dan is de interesse weer weg.

- *Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?*

Dit is niet van toepassing op mij.

- *Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?*

Nee ik heb dit niet gezien.

• *Als ik hem zo aan u laat zien, wat vindt u er dan van?*

Het is opvallend, maar niet opvallend genoeg geweest destijds. Als ik hem nu zo zie vind ik het heel goed. Met de uitleg erbij die je geeft snap ik wat het fonds wil. Ik zal hier landelijk dan nog meer aandacht aangeven, zodat het meer opvalt bij meer mensen.

• *Heeft u de samenwerking onlangs meegekregen van het Prinses Beatrix Spierfonds met Everybody Dance Now?*

Nee dit heb ik niet gezien of gehoord.

• *Zou u het fonds adviseren om vaker van dit soort samenwerkingen te ondergaan?*

Ja dat zeker, want ik zie verder vrij weinig van het fonds. Ik denk dat veel mensen ook niet weten in het algemeen wat een spierziekte is. Nederland is veel meer bezig met kanker, dus ik zou beginnen bij het uitleggen wat een spierziekte is.

• *Zou je dat doen doormiddel van een commercial of een reclame op een billboard?*

In principe allebei. Je hebt alles nodig. Nu snap ik dat het veel geld is, dus je moet daarin wel kijken of het evenveel binnenhaalt als dat je ervoor uitgeeft.

• *Het fonds staat voor meer dan 300 spierziekten. Het is daarom moeilijk om een onderscheid te maken tussen alle spierziekten. Vindt u dat ze een keuze moeten maken om één beeld te creëren of meerdere spierziekten in kaart brengen?*

Het tweede. Ik zou gaan voor meerdere spierziekten. Dus elke keer een ander, zo krijg je toch een beeld van verschillende spierziekten die er zijn. Ik heb er zelf ook weinig verstand van, dus zou het wel interessant vinden om zoiets terug te zien. Met daarbij een quote van de persoon of een kenmerk van de spierziekte zelf.

• *Zou u het zo willen zien als bij een ALS reclame of op een meer positieve manier?*

Nou ik heb die reclame van ALS inderdaad gezien. Ik vond dat toch wel heel schokkend. En daarnaast denk ik dat niet iedereen ongelukkig hoeft te zijn met een spierziekte. Daarom zal ik ook gaan voor een billboard of campagne waar een meer positievere draai aan zit.

Symbolen

• *Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)*

Ik heb hier geen kennis van, dus ik kan hier geen oordeel over geven. Ik heb de website nog nooit bekeken en weet verder niet wat de huisstijl is van het fonds.

• *Wat zou u graag willen zien op de website?*

Wat het fonds op dit moment doet. Een overzicht van de acties misschien.

• *Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?*

Als ik zo naar het logo kijk, vind ik dat hun doelstelling goed overkomt. De kleuren zijn duidelijk en geeft een fijn gevoel. Daarnaast zie je aan het poppetje dat die wil bewegen, wat ik goed vind.

• *Wat zijn de eerste vier woorden die er in u opkomen als u denkt aan het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik zou niet weten wat de kernwaarden zijn van het fonds. Ik vind ze betrouwbaar overkomen en ik weet dat ze mensen helpen met een spierziekte.

Persoonlijkheid

• *Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....*

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na						X
is vriendelijk naar mij toe						X
communiceert heel duidelijk						X
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn						X
deskundig						X
betrouwbaar				X		
creatief						X
ondernemend						X
conservatief						X
wetenschappelijk						X
innovatief						X
modern						X
professioneel						X
sociaal						X
communicatief						X
transparant						X
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur						X
eigen invulling.....						

• *U heeft heel veel weet ik niet ingevuld. Kunt u daar misschien wat meer over vertellen?*

Ik heb niet veel informatie van het fonds ontvangen, dus ik kan hier geen mening over hebben.

• *U vindt het fonds wel betrouwbaar. Hoezo vindt u dat?*

Ik heb wel een goed gevoel bij het fonds en heb zeker het idee dat ze betrouwbaar zijn. Dat kwam wel naar voren in de informatie die ik toen heb ontvangen. Misschien komt het ook wel door de naam Prinses Beatrix, maar het gevoel is wat dat betreft goed.

• *Wat vindt u heel belangrijk waar een fonds zich mee bezighoudt of waar een fonds aan moet voldoen?*

Dan zou ik toch wel gaan voor betrouwbaar en transparant. Je hoort tegenwoordig zulke gekke verhalen bij fondsen dat mensen geld achterhouden of niet goed besteden en daar krijg ik wel een onprettig gevoel bij.

• *Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Ik heb hier nog te weinig ervaring mee om hier een oordeel over te geven.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Dan zou ik toch gaan voor meer informatie over spierziekten in het algemeen. Hier is in Nederland nog weinig over bekend. Dan zou ik meer op de hoogte gehouden moeten worden, maar hier heb ik nog geen behoefte aan.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ook hier heb ik weinig ervaring mee om een oordeel over te geven.

• *U gaf net aan dat u het fonds betrouwbaar vindt. Vindt u dat een sterk punt?*

Ja dat vind ik inderdaad een sterk punt. Dat dragen ze in eerste instantie wel uit naar buiten.

• *En een minder sterk punt van het fonds, kunt u dat misschien bedenken?*

Zoals ik al eerder zei heb ik te weinig kennis van het fonds om dat echt te bepalen. Maar ik de commercial StrikZe tegen Spierziekten niet gezien en ook niet bij Everybody Dance Now, dus dan zou ik misschien toch wat meer aan die landelijke aandacht doen. Zodat het meer opvalt, ook bij de mensen die er minder mee bezig zijn.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?*

Dat vind ik wel heel lastig om zo te zeggen hoor, want ik ken de organisatie helemaal niet goed. Ik weet daar wel te weinig van. Maar dan zou ik toch wel op de naamsbekendheid gaan zitten, omdat ik het idee heb dat spierziekten in het algemeen en het Prinses Beatrix Spierfonds niet bekend genoeg is.

• *Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik zou toch wel een positief verhaal houden en iets vertellen over spierziekten. In hoeverre ik er zelf wat van weet. Maar ik zou zeker zeggen dat een donatie op zijn plek is.

• *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Dan zou ik toch gaan voor meer informatie over spierziekten in het algemeen. Hier is in Nederland nog weinig over bekend. Dan zou ik meer op de hoogte gehouden moeten worden, maar hier heb ik nog geen behoefte aan.

• *Zou er een manier zijn voor u om bijvoorbeeld een vaste donateur te worden voor het fonds?*

Dat vind ik lastig antwoorden. Ik heb in dit interview wel dingen gehoord en gezien die ik heel goed vind, maar ik heb toch te weinig informatie om vaste donateur te worden. Ik weet dan niet goed genoeg waar ik dan precies donateur van ben. Er zijn zoveel goede doelen die het nodig hebben, dus ik zou niet iets kunnen bedenken waardoor ik overstag zou gaan. Dan zou ik wel adviseren om echt een pakkende brief te stoppen bij de acceptgiro om zo mensen echt te grijpen.

• *Wat zou u dan bijvoorbeeld grijpen?*

Een goede quote of een goed verhaal. Niet te lang, maar wel duidelijk en helder.

• *Heeft u verder nog op- en of aanmerkingen?*

Nee hoor.

Respondent 7

Geslacht: Man
Leeftijd: 69
Woonachting: Den Haag
Wanneer gedoneerd: 07-10-2014
Duur interview: 33:43

Naamsbekendheid

- Welke goede doelen kent u?

Ik heb van veel goede doelen gehoord, maar ik ken slecht een beperkt aantal namen. Zoals het Leger des Heils, SOS Kinderdorpen, de Hartstichting, het Longfonds en de Nierstichting.

- Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Moet ik even goed nadenken. Ik ken ook nog Spieren voor Spieren.

- Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat zou ik echt niet weten. Ik neem aan het steunen van research naar spierziekten.

Introductievragen

- Waarom en waarvoor doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat weet ik niet meer. Dat is al een tijdje terug. Ik geef random aan goede doelen. Dat doe ik dan eenmalig.

- Ja klopt. U heeft op 07-10-2014 een eenmalige gift gegeven aan het fonds. Hoe bent u toen in aanraking gekomen met het fonds?

Dit was een persoonlijke benadering. Ik weet niet meer precies hoe. Volgens mij was het een collectant die langs was geweest met de collecte.

- Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?

Nee. Ik geef ook nog maandelijks aan het Leger des Heils, het Longfonds, de Hartstichting, SOS Kinderdorpen en het Liane Fonds.

- Wat is op dit moment uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik heb geen algemene indruk van het fonds, want ik ben pas één keer met ze in aanraking gekomen. Ik ken ze dus verder niet.

Communicatie

- Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik weet niet meer honderd procent hoe ik met het fonds in aanraking ben gekomen. Daardoor kan ik hier niet over oordelen. Het moet goed geweest zijn op dat moment, anders had ik niet gedoneerd.

- Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?

Ik zou liever geen informatie willen ontvangen, mijn mailbox stroomt al helemaal over.

- En naast een mailtje?

Nee ook niet. Je ontvangt zoveel van allemaal organisaties.

- Hoe zou u het liefst benaderd willen worden als het gaat om een donatie?

Nou dan zou ik toch wel voor het persoonlijke contact gaan. Of per post of zoals bij mij volgens mij via iemand van de collecte. Dan kan je ook gelijk je verhaal erbij doen als fonds zijnde.

- Wat zouden ze dan kunnen zeggen als fonds?

Misschien vertellen wat ze doen en wie ze zijn en wat hun belangrijkste doel is. Dat is voor mij ook onduidelijk nu.

- Het Prinses Beatrix Spierfonds geeft aan de donateurs altijd een Spierkrant. Deze heb ik nu bij mij. Wat vindt u hiervan?

Ziet er goed uit, maar voor mij teveel informatie als ik het zou krijgen. Dus voor mensen die nog niet betrokken zijn zou ik wel minder tekst doen.

- In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)

Ik heb geen informatie van het fonds ontvangen, ook niet aan het begin. Dit is waarschijnlijk via een collectant geweest in de collecteweek, dus ik heb hier geen mening over.

- Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Nee heb ik niet gezien.

- Als u hem zo ziet wat vindt u er dan van?

Ik snap het idee van de reclame. Het valt wel op met de oranje wanten, maar ik heb het niet gezien. Het is wel duidelijk wat het fonds ermee bedoeld.

- Wat zou u ervan vinden als de ambassadeurs en iemand met een spierziekte samen staan?

Ik denk dat dat wel aandacht trekt, omdat je dan ziet hoe iemand is aangedaan. Persoonlijk zou ik het dan wel prettig als het dan niet zo is als bij ALS, maar toch iets vriendelijker.

- Het Prinses Beatrix Spierfonds staat voor alle spierziekten. Het is daarom lastig om iemand te kiezen of voor allemaal te kiezen. Hoe zou u dat adviseren?

Dat is zo natuurlijk. Daarom zou ik ook iedereen in beeld brengen ja om zo geen onderscheid te maken.

- Hoe zou u de reclame-uiting willen zien van het fonds?

Daar heb ik geen idee van, maar wel vaker. Ik heb er nu namelijk nog nooit wat van gezien.

- Wat zou handig zijn om de losse gift donateurs nogmaals te benaderen? Zou je dan een jaar later of een half jaar later nogmaals benaderen?

Als je acceptgiro's stuurt naar mensen zal ik dat niet te vaak doen. Misschien naar de mensen die hebben gedoneerd een half jaar of een jaar later nogmaals. Dan zijn die mensen waarschijnlijk wel bereid om geld te geven, maar te vaak wekt irritatie op.

Symbolen

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)

Ik heb hier geen bepaalde mening over, maar de kleuren vind ik wel mooi.

- Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?

Dat het over spieren gaat.

- Voor 2012 heette het fonds nog zo nu heet het Prinses Beatrix Spierfonds. Wist u in eerste instantie dat het fonds voor spierziekten staat?

Nu wist ik dat wel ja, maar wat ze verder doen is onbekend voor mij.

- Heeft u de website van het fonds wel eens bekeken?

Nee nog nooit gezien.

• **Wat zou u belangrijk vinden om op een website te zien?**

Waar ze voor staan en wat ze doen dat vind ik goed als je dat gelijk ziet.

• **Kunt u vier woorden / kernwoorden aangeven die er in u opkomen bij het horen van Prinses Beatrix Spierfonds?**

De kernwaarden zou ik niet weten en vier woorden die in mij opkomen vind ik ook heel lastig. Dan zou ik toch gaan voor onderzoek en spieren. Verder ken ik het fonds niet goed genoeg.

Persoonlijkheid

• **Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....**

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na						X
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiceert heel duidelijk						X
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn						X
deskundig						X
betrouwbaar						X
creatief						X
ondernemend						X
conservatief						X
wetenschappelijk						X
innovatief						X
modern						X
professioneel						X
sociaal						X
communicatief						X
transparant						X
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als donateur						X
eigen invulling.....						

• **U geeft aan dat het fonds vriendelijk is naar u toe. Kunt u daar wat meer over vertellen?**

Ja toen ik voor het eerst in aanraking kwam met de collectant, was die wel heel vriendelijk naar mij toe. Daarom heb ik daar een positief gevoel bij.

• **Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?**

Ik mag hopen dat dat zo is. Heb daar geen gedachten verder over.

• **Wat vindt u zelf heel belangrijk voor een organisatie?**

Dat ze vriendelijk zijn. Dat ze onderzoek doen en transparant te werk gaan. Dat vind ik het belangrijkste wel eigenlijk.

Gedrag

• **Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?**

Nee daar heb ik weinig over te zeggen.

• **Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?**

In hoeverre ik wat mee heb gekregen van het fonds, zou ik zeggen dat het sterk is dat ze zich bezig houden met het onderzoek en dat ze vriendelijk zijn vanuit andere kanten. En zwak vind ik dan wel dat ik ze niet zie.

• **Zou u het prettig vinden om gebeld te worden om meer of vaker geld te geven? En denkt u dat dit bij andere mensen werkt?**

Nee dat hoeft niet voor mij en dat zou ik zelf ook nooit doen. Ik denk dat je dan opdringerig overkomt.

• **Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?**

Ik zou werken aan de naamsbekendheid en misschien vaker mensen benaderen voor een eenmalige gift. Er zijn meer mensen zoals ik die geld geven aan meerdere goede doelen. Dit zijn wel vooral ouderen denk ik. Daarnaast valt het mij op dat er meerdere fondsen zijn op het gebied van spierziekten. Ik zou denken dat het zin heeft om de krachten te bundelen.

• **Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?**

Ik zou zeggen dat een gift nodig is en als je dat als persoon kan missen dat je dat zeker moet doen.

• **Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?**

Zodra je meer bekendheid genereert kom je denk ik meer in het gezichtsveld van mensen. Dit zal helpen voor de verbondenheid denk ik. Verder zou ik niet veel weten, want voor mij hoeft het niet. De ene vind veel post fijn en de ander niet. Daarom zou het misschien goed zijn dat mensen daar uit kunnen kiezen en dat ze zelf wat meer te zeggen hebben misschien.

• **Heeft u nog op- en of aanmerkingen?**

Nee eigenlijk niet.

Respondent 8

Geslacht: Vrouw
Leeftijd: 85
Woonachting: Den Haag
Wanneer gedoneerd: 11-09-2014
Duur interview: 54:10

Naamsbekendheid

• Welke goede doelen kent u?

Ik vind natuur heel belangrijk. Natuurmonumenten, Zeeuws Landschap, Diabetesfonds, Hartstichting en het Rode Kruis. Maar je hebt natuurlijk ook Unicef en OXFIM Novib.

• Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Spieren voor Spieren ken ik ook, maar die zijn meer gericht op kinderen en sporten. Die steun ik al jaren. En ALS.

• Ik ben erg benieuwd waarom u Spieren voor Spieren niet heeft opgegeven en Prinses Beatrix Spierfonds wel?

Dat Spieren voor Spieren al heel oud is volgens mij. Zij hebben opgegeven aan de weg getimmerd om jonge kinderen te helpen met kinderen. Het Spierfonds weet ik niet hoe ik ermee in aanraking ben geweest. Misschien omdat het mij ook passeerde.

• Was het misschien de reclame van 'StrikZe tegen Spierziekten' met de wanten?

Nee dat staat mij niet bij. Misschien heb ik een brief gehad. Maar hiermee zie je dus hoe belangrijk het is als je in de picture komt. En dat je aandacht er op valt. Het is zo ontzettend belangrijk zie je maar. Het belangrijkste is voor mij de bedreiging voor mensen persoonlijk.

• Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Het belangrijkste is voor mij onderzoek en hoe meer hoe beter. Er is nog zo ontzettend veel te ontdekken van ons lichaam. We zitten zo ingewikkeld en chemisch in elkaar.

Introductievragen

• Sinds wanneer doneert u aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat weet ik niet meer, dat kan ik mij ook niet meer herinneren. Ik heb er toen tien afgeschreven via de computer. Maar ik weet ook helemaal niet waar ze zitten, maar je hoort wel nare verhalen van mensen die ALS hebben waarbij hun leven snel is afgelopen. Je hebt ook nare spierziekten bij kinderen. Dus ik ga, nu jij al die moeite hebt genomen om hier heen te komen, wel weer inschrijven. Ik weet niet of ik dan mijn nummer moet doorgeven.

• Is het Prinses Beatrix Spierfonds het enige goede doel aan wie u geld doneert?

Nee ik geef ook nog aan veel andere doelen geld. Alleen ik geef minder snel aan de grote, omdat ik het idee heb dat die al meer geld hebben dan de kleintjes. Ik geef nu nog aan Natuurmonumenten, Zeeuws Landschap. Ik heb daar namelijk een huisje. Ook geef ik aan het Rode Kruis, Diabetesfonds en de Hartstichting, Spieren voor Spieren. Nu wil ik ook graag weer geld geven aan het Prinses Beatrix Spierfonds. Ik kom uit Nijkerk, dus ik draag ook bij aan Oud Nijkerk. Ik heb mij terug getrokken van de hele grote fondsen. Daarom vind ik Spierfonds ook goed, want dat is nog niet zo in de picture.

• Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat vind ik wel positief. Ik denk dat ze goed bezig zijn.

Communicatie

• Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik herinner mij totaal niet meer hoe die communicatie destijds is geweest met het Prinses Beatrix Spierfonds. Op enig moment is mijn aandacht dus getrokken. Of het misschien een reclame is geweest of een brief. Ik kan het mij niet meer herinneren.

• Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?

Aan het begin wil ik graag per post iets ontvangen. Mensen ontvangen tegenwoordig weinig post en veel meer e-mail. Zo trek je dan de aandacht. Na de donatie zou ik een bedankbriefje sturen, dat hoeft niet duur te zijn, maar dan onthouden mensen je wel positief. Als iemand donateur is zou ik wel een e-mail willen ontvangen. Misschien kunnen mensen dit dan zelf aangeven. Het is ook goed om bij zo'n postbrief met acceptgiro informatie te doen over het fonds. Niet zo'n glossy magazine, maar wel iets met informatie.

• Het Prinses Beatrix Spierfonds geeft aan de donateurs altijd een Spierkrant. Deze heb ik nu bij mij. Wat vindt u hiervan?

Ja dat vind ik goed. Dit is niet te glossy en geeft wel een goed beeld. Voor losse gift donateurs is het misschien niet helder wat ze nu precies doen, dus kan je ook misschien wat zeggen waar het fonds voor staat en wie en wat ze helpen.

• In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)

Ik zou een korte toelichting willen hebben op spierziekten en wat het fonds doet en waar ze voor staan. Ook wat ze al bereikt hebben.

• Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur heeft gecommuniceerd? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?

Ik zou wel een bedankje willen ontvangen naar aanleiding van mijn donatie. Dan was mijn aandacht getrokken en was ik vaste donateur geworden.

• Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?

Nee heb ik niet meegekregen.

• Als u hem zo ziet wat vindt u er dan van?

Ik kan het mij niet herinneren hoor, maar op zich zelf vind ik het een hele mooie reclame. Een reclame is vaak vervelend. Als je het nu zo vertelt en ik zie de foto's dan vind ik dat wel heel sprekend. Je kan er bijna niet goed onderuit, de manier is heel goed. Wel confronterend en niet zielig.

• Dit is dus wel een manier die u aanspreekt? Wat kan het fonds in uw ogen doen om deze commercial bekender te krijgen?

Ja vind het een goede reclame. Je moet misschien de ernst van de spierziekte ergens communiceren. Mensen weten vaak niet hoe belangrijk het is denk ik. Misschien moet er ook een medisch kantje bij. Het is lastig om mensen te trekken tegenwoordig. Hier worden ook geen mensen met een spierziekte in beeld gebracht. Ik vind dat wel sterk hoor, maar misschien voor een groter publiek maak je het duidelijker om die mensen in beeld te brengen.

• Wat zou u ervan vinden als de ambassadeurs en iemand met een spierziekte samen staan?

Ja zoiets zou goed zijn, maar dan op een leuke manier. Ik word wel een beetje naar ervan als je kinderen in beeld brengt die ongelukkig op een foto staan. Met het idee dat ze misschien binnenkort door gaan.

• Wat vindt u van de reclames van ALS?

Dat zijn volwassenen dat vind ik iets anders. Dat die mensen meewerken aan die reclames heb ik wel veel respect voor.

• *Vindt u dat niet confronterend?*

Nee, niet op een onprettige manier. Er is nu een nieuwe trend dat mensen gaan schrijven in een column waar ze last van hebben. Dat vind ik wel een beetje een valkuil, maar bij de ALS reclame vind ik wel dat die mensen het goed aandurven en vind ik anders.

• *Het Prinses Beatrix Spierfonds staat voor alle spierziekten. Het is daarom lastig om iemand te kiezen of voor allemaal te kiezen. Hoe zou u dat adviseren?*

Nee dat snap ik. Je moet iedereen laten zien. Maar er is een week toch voor spierziekten.

• *Bedoeld u de collecteweek?*

Ja de collecteweek bijvoorbeeld. Dan kan je drie keer in de week een volwassene met een spierziekte iets laten zeggen. Niet iets van nu ben ik overleden, maar wel een symptoom waar ze nu last van hebben met hun spierziekten. Ik vind wel dat ze dat meer mogen communiceren. De collecteweek is mij ook volstrekt ontgaan. Ook heb ik de reclame met de wanten niet gezien.

• *Hoe zou u de reclame-uiting willen zien van het fonds?*

Ja ik zou dat wel vaker doen dan één keer per jaar, want ik heb het nu niet meegekregen. Ze kunnen meer communiceren misschien wat een spierziekte is en wat de gevolgen er van zijn. Ik ga er in september nu wel meer op letten.

• *Het fonds heeft patiënten-ambassadeurs. Zou u die inzetten?*

Ja dat denk ik wel. Die kunnen misschien wel wat vertellen over het fonds. Dan lees je over hun, dat schept een band. Het moet wel kort en duidelijk zijn.

Symbolen

• *Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)*

De website heb ik nog nooit gekeken nee. Maar nu ik donateur ga worden dan ga ik wel regelmatig kijken.

• *Wat zou u graag willen zien op de website?*

Ik zou het dan wel prettig vinden om wat te lezen waar ze precies voor staan en wat ze nu aan het doen zijn. Als ik wist dat je dit zou vragen, dan had ik de website wel even bekeken.

• *Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?*

Het logo herken ik wel. Ik vind het logo erg sprekend. De kleuren zijn ook goed. Ik vind het op zich zelf goed en zou het niet aanpassen.

• *Kent u het Prinses Beatrix Fonds ook?*

Nee.

• *Voor 2012 heette het fonds nog zo nu heet het Prinses Beatrix Spierfonds. Wist u in eerste instantie dat het fonds voor spierziekten staat?*

Ja dat wist ik wel meteen.

• *Als u een donateur zou zijn van het fonds. In welke vorm zou u informatie willen ontvangen en hoe vaak?*

Ja via een nieuwsbrief, zo'n Spierkrant. En dan is één keer per jaar goed. Misschien is via de mail dan wel vaker goed. Twee keer per jaar is ook wel goed. Dat moet het fonds zelf bepalen. Er is geen nieuwsbrief nodig als er een Spierkrant is per kwartaal. De informatie moet niet teveel worden. Je moet eigenlijk zorgen dat een journalist eens per zoveel tijd iets over de Spierkrant schrijft.

• *Wat zou u verder willen ontvangen per post om iemand over te halen om te doneren naast zo'n acceptgiro?*

Zo'n Spierkrant erbij is goed of iets over wat het fonds doet en vertellen waar ze voor staan.

• *Wat zou handig zijn om de losse gift donateurs nogmaals te benaderen? Zou je dan een jaar later of een half jaar later nogmaals benaderen?*

Ja dat is misschien wel een goed idee een half jaar of jaar later. Dan moet je eigenlijk kijken wat werkt. Het wordt wel gewaardeerd denk ik om een bedankbriefje te sturen. Hierin bedank je dan mensen en zeg je we hopen dat u volgend jaar weer steunt. Dat doet de reddingsbrigade heel sterk. Ik zou in de actieweek van de collecte in ieder geval meer versturen naar mensen om donaties binnen te krijgen. Directe communicatie is nog steeds heel belangrijk en de televisie ook.

• *Heeft u de samenwerking met Everybody Dance Now meegekregen?*

Nee heb ik niet mee gekregen eigenlijk. Het is wel echt nodig dat ze meer aan de weg timmeren. Dat is absoluut zo. Ik zit me ook net af te vragen of het beter is om via de brief of via de e-mail mensen te benaderen. Je krijgt zoveel e-mail. Mensen krijgen minder post dan e-mail. Ik denk dat de brief beter aankomt.

• *Dus u adviseert om eerst een brief te sturen en bij donateurschap vragen of ze e-mail of brief willen ontvangen?*

Ja precies. En het bedankje zou ik ook per brief doen.

• *Kunt u vier woorden / kernwoorden aangeven die er in u opkomen bij het horen van Prinses Beatrix Spierfonds?*

De kernwaarden van het fonds is het onderzoek. Onderzoek naar het ontstaan en ook onderzoek naar het vinden van medicijnen. Dat vind ik zelf ook het meest essentiële. Wat ook leuk kan zijn om mensen die niet meer uit kunnen dat daar iets aan recreatie wordt gedaan. Dat er voor die mensen ook een leuk uitje geregeld wordt.

Persoonlijkheid

• *Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....*

Ik vind het lastig om deze in te vullen, omdat ik niet veel weet van het Prinses Beatrix Spierfonds. Ik heb weinig te maken met het fonds, dus dit is lastig te zeggen. Als je een jaar gedoneerd hebt kan je er meer over oordelen. Ik heb er alle vertrouwen in in de organisatie. Ik heb volstrekte vertrouwen in het fonds, daar ontbreekt helemaal niks aan.

• *Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Transparant kunnen ze nog wel meer aan doen natuurlijk. Ze tonen niet dat ze transparant zijn. Ik ga er namelijk wel meteen vanuit dat ze transparant zijn, maar ze moeten iets meer aan de weg timmeren.

• *Hoe kunnen ze tonen dat ze transparant zijn naar de buitenwereld?*

Ja dat weet ik niet. Ik ga ervan uit dat ze dat gewoon zijn.

• *Op hun website staat wel het jaarverslag bijvoorbeeld.*

Ja dat is goed geregeld. In Nederland is daar ook altijd goede controle op. Ik ga ervan uit dat ze transparant zijn. Ik twijfel daar totaal niet aan.

• *Wat vindt u zelf heel belangrijk voor een organisatie?*

Transparantie vind ik heel belangrijk en wetenschappelijk ook. Ook vind ik het heel belangrijk dat ze zich aan de gestelde voorwaarden houden en volgens de wet. Zoals de Kamer van Koophandel. Dat is allemaal wel belangrijk voor een fonds. Als blijkt dat ze dat niet doen dan verlies je natuurlijk ook vertrouwen. Maar daar is bij het Spierfonds absoluut geen sprake van. Ik heb echt volledig vertrouwen erin, maar ik vind toch dat ze zich bekender moeten maken. Ze moeten meer communiceren en iets meer van zichzelf moeten laten zien. De krantjes lijkt mij heel goed. In Nederland werkt het zo wie het hardste schreeuwt, krijgt de meeste aandacht.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Hier kan ik lastig antwoord opgeven vind ik. Zoals ik al zei als ik al een aantal jaren donateur was geweest wist ik hier wat van, maar dit is op dit

moment nog niet aan de orde.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Daar ken ik het fonds niet goed genoeg voor eigenlijk. Ik vind dan wel dat ze zich meer moeten laten zien, werken aan de naamsbekendheid. En het sterke punt is wel heel moeilijk hoor. Het sterke punt vind ik de reclame dan. Het is een heel bescheiden en sympathieke reclame met de wanten. Alleen moet je dit wel meer communiceren. Ook vind ik het goed van het Spierfonds dat ze nu gaan onderzoeken wat het imago is van het fonds. Ze willen zichzelf wel verbeteren en inzetten. Ik ben er ook van overtuigd dat ze van iedereen een positief imago krijgen, alleen moeten ze het meer tonen.

• *Zou u het prettig vinden om gebeld te worden om meer of vaker geld te geven? En denkt u dat dit bij andere mensen werkt?*

Dat moeten ze per brief doen als ze dat willen, want je wordt gek van de telefoontjes. Dus via de telefoon moet je zoiets zeker niet doen.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?*

Nou ja goed ik zou meer aan de weg timmeren, maar wel op die leuke en beschrijvende manier. Misschien iets meer naar het publiek dat misschien niet snel stil staat bij het fonds. Bijvoorbeeld het 'eenvoudigere' publiek. Ik denk dat daar goed iets met de patiënten gedaan kan worden, omdat die goed beeld geeft hoe de patiënten zich voelen. Hoe dramatisch een spierziekte eigenlijk is. Je kan er dan een beschrijving bij zetten met de consequenties of de spierziekte. Ik denk dat dat heel belangrijk is. Daar is nog veels te weinig van bekend. Het is misschien wel goed om spierziekten te verwerken in een programma die ik bakkie troost noem. Dat zijn dan mensen die worden geholpen door een BN-er worden opgevangen. Er zijn denk ik veel mensen in Nederland die dat wel leuk vinden om te kijken en dan geschokt zijn. Ik heb het gevoel dat het Spierfonds er niet over nadenkt om dat soort sensationele acties te voeren. Dat moeten ze ook niet doen. Het is heel moeilijk om die balans te vinden. Het moet niet sensationeel zijn, maar we willen mensen wel bewust maken wat een spierziekte is. Ik denk dat het wel zo is dat er veel te weinig bekendheid is. Je moet echt denk ik twee keer per jaar een patiënt laten zien. En je moet vaker denk ik je website communiceren en zorgen dat je op RTL Late Night of op RTL Boulevard komt.

• *Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ja zeker iets positiefs natuurlijk. Ik heb een pet op van wat jij nu ook allemaal vertelt. Ze hebben dus ook een dansgala. Dat vind ik heel goed gekozen, want dat valt ook heel erg op. Dat ze er veel werk van maken vind ik heel belangrijk, maar het moet meer in de bekendheid komen. Ik vind dat ze op een heel goed en aanvaardbare en hoog niveau bezig zijn. De bescheidenheid betreft mag denk ik iets meer in deze tijd weg.

• *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Ik denk dat je een bedankbrief moet sturen voor de donatie met daarin hopelijk wilt u doorgaan. Dat is denk ik genoeg. Ik vind dat heel aardig. Ik ben echt bereid om er mee door te gaan, dus ik denk als ik een brief had ontvangen dat ik dan wel automatisch maandelijks geld had gegeven. Als ze mensen vast willen houden, moeten ze misschien net een stap verder gaan.

• *Heeft u nog op- en/of aanmerkingen?*

Nee ik heb verder niks. Mocht je nog vragen hebben of iets niet duidelijk vinden dan mag je mij altijd bellen. Ik zal even mijn mobiele telefoonnummer opschrijven. Kan je ook voor mij mijn adresgegevens doorgeven, zodat ik vaste donateur kan worden?

Respondent 9

Geslacht: Vrouw

Leeftijd: 56

Woonachting: Middelharnis

Sinds wanneer in betrokken: 04-08-2014

Duur interview: 1:17:40

Naamsbekendheid

- *Welke goede doelen kent u?*

Hartstichting, Nierstichting, Greenpeace, Reumafonds en Blindengeleidehonden.

- *Welke goede doelen met een spierziekte kent u?*

Dat is het Prinses Beatrix Spierfonds en het ALS fonds wat bij mij het meest bekend is.

- *Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

De ziekte van mijn man.

- *Kunt u dat misschien wat verder toelichten?*

Ja door zijn ziekte ben ik met het fonds in contact gekomen?

- *Waar denkt u aan als u aan het fonds denkt met betrekking tot hun diensten?*

Onderzoek. Veel onderzoeken.

- *Wat heeft uw man voor spierziekte?*

Mijn man heeft de spierziekte PSMA, dat is een broertje van ALS.

Introductievragen

- *Hoe lang bent u al betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds?*

We weten het morgen een jaar, dus eigenlijk daarna is hij lid geworden ervan. Dus nu een klein jaartje.

- *Bent u toen ook gelijk comitélid geworden?*

Je krijgt daar documentatie van thuis en boekjes met informatie. Op gegeven moment ook de vraag met we zoeken mensen die willen collecteren, wil je je opgeven? En dat is het enige wat nodig is – geld, want ze kunnen verder niks voor de onderzoeken anders. En toen dacht ik ja dat is ook het enige wat ik kan doen. Dus toen heb ik mij aangemeld en toen werd ik terug gebeld van; ja harstikke leuk, maar er is niemand in jouw plaats die een collecte organiseert, dus zou je dat zelf willen doen? Dat was dus wel even wat anders, maar ik heb het wel gedaan.

- *U heeft dus ook gelijk de hele organisatie op u genomen?*

Ja klopt.

- *Dit alles van uw man is waarschijnlijk ook de reden van uw betrokkenheid?*

Ja natuurlijk. Er is gewoon heel veel geld nodig voor onderzoek en de staat die doet daar niks aan. Nog geen euro en het moet allemaal van de mensen vandaan komen, dus ja dan is dit het enige wat ik eraan kan doen.

- *Hoe is het bij uw man tot stand gekomen de spierziekte?*

Een tijdje terug is hij naar de tandarts gegaan om zijn verstandskiezen te laten trekken. Erna is hij gaan slissen en zijn we terug gegaan naar de tandarts, maar die zei dat het niet kon. Alleen de symptomen waren er echt. Hij kreeg ook tintelingen in zijn hand. Dus we zijn naar de dokter geweest en die dacht eerst aan reuma. Dus we hebben bloed onderzocht en daar kwam helemaal niks uit. Toen zeiden ze kijk het maar een tijdje aan en in december kreeg die krampen in zijn keel. Dat was heel eng, want het leek net alsof die gewurgd werd. Toen zijn we dus wel terug gegaan. Toen hadden we weer allerlei onderzoeken en daar kwam weer niks uit en toen hebben we een neuroloog gebeld in de buurt hier. Die neuroloog zei laat hem maar komen, want die neuroloog werkt ook op de spierziekte afdeling in Leiden, dus die herkende al het een en ander. Toen zijn we daar geweest en zijn er wat onderzoeken gedaan en 20 maart was het eerste gesprek. En 11 april hadden we de uitslag wat het was. Dat was heel snel, want soms doen ze er wel twee jaar over, omdat het niet in je bloed te zien is.

- *Wat zijn de ergste symptomen waar hij nu last van heeft?*

Hij gaat steeds verder achteruit. Je merkt dat hij zijn knoepjes minder makkelijk dicht krijgt. Er wordt geen seintje meer doorgegeven van zijn hersenen naar het ruggenmerg. Hij kan gewoon steeds minder. Hij voelt zich eigenlijk zoals in de reclame met die wanten. Hij kan moeilijk praten en slikken, dit wordt steeds minder en op den duur zit die aan de beademing. Dit zijn dezelfde symptomen als bij ALS.

- *Het is wel vervelend om te zien dat hij nu steeds sneller achteruit gaat lijkt mij.*

Ja klopt, het is nu een jaar dat we het weten. In feite heeft die het al drie jaar, maar zeker het laatste jaar zien we dat die heel erg achteruit gaat. Hij is heel moe. Hij komt om 11 uur zijn bed uit en gaat die rustig koffie drinken en even zitten. Dan gaat die douchen en weer even zitten. Het is 1 uur als die eindelijk een beetje op gang komt. Hij is ook gelijk helemaal afgekeurd, want als je die diagnose krijgt kan je niet meer werken.

- *Het bizarre van de spierziekte van uw man is dat iedereen het kan krijgen.*

Ja, maar het is wel heel raar want over het algemeen krijgen meer mannen het dan vrouwen. En het komt veel voor bij sportlui. Mensen die een topconditie hebben gehad. Mijn man heeft bij de marine gezeten en heeft een ijzersterke conditie gehad.

- *Zit daar nog een achterliggende gedachte achter?*

Ze vermoeden het wel, maar ze weten het niet eens precies hoe het werkt. Ze weten er heel weinig van, maar er zijn wel veel overeenkomsten.

- *Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik denk dat ze heel efficiënt te werk gaan. Gewoon ook de manier hoe ze mij benaderd hebben voor het collecteren. Ik ben er na ook geweest bij het spierziektecongres in Velthoven. Alles wordt daar goed aangepakt vind ik. Iedereen wordt ingedeeld in groepen en je komt bij elkaar aan tafel voor de lunch. Je kan je verhaal kwijt en je kan dingen vragen. Ook zitten er artsen en ik krijg regelmatig post als er iets is. Over twee weken is er iets over beademing ook weer met lotgenoten om te kijken of je er wat aan hebt. Mijn man wil helemaal niet mee, maar ik wil er wel naartoe. Ik wil graag weten wanneer je aan de beademing toe bent en hoe alles werkt.

Communicatie

- *Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik heb één contactpersoon en daar heb ik gewoon goed contact mee. Ze is laatst een keer thuis geweest om kennis te maken. We hebben elkaar wel elke keer aan de telefoon, maar je kent elkaar natuurlijk helemaal niet. Verder heb ik op het congres Joanna ontmoet, die daar weer boven staat. Ze zijn allemaal heel enthousiast en welwillend, maar ze hebben allemaal waarschijnlijk wel een reden waarom ze daar zitten en allemaal iets mee spierziekten.

• *Ik sprak toevallig iemand van de week die ook een comitélid was en hij deed het omdat hij de mensheid wilde helpen, dus gelukkig zijn er ook nog zulke mensen.*

O nou harstikke goed. Ik zal heel eerlijk zijn; ik was vroeger heel sceptisch over collecteren. Ik gaf bijna aan niks, aan heel weinig dingen maar. Eigenlijk had ik zoiets van daar moet de staat voor zorgen. Er gaat zoveel geld naar het buitenland naar dingen waarvan ik denk jongens waar ben je mee bezig. Dan zijn er zoveel mensen die zoveel jaar hebben gewerkt. Mijn man heeft bijvoorbeeld 40 jaar gewerkt en dan wordt die ziek en dan wordt daar gewoon niet naar gekeken, want er zijn er maar een paar van. Dat vind ik echt schandalig, daarom had ik altijd van dat gebedel aan de deur daar doe ik niet aan mee. Maar nu sta je aan de andere kant, dan ga je heel anders kijken. En ik moet eerlijk zeggen ik geef ze nu ook allemaal wat als ze aan de deur komen. Laatst stond er iemand aan de deur voor een zwanger meisje. Daar geef ik dan weer niets aan, want ik heb ook zelf twee dochters en dat moet je dan wel zelf oplossen. Echt erge dingen geef ik nu wel geld aan, omdat ik nu de keerzijde mee maak. Maar ik ben het er nog steeds niet mee eens dat het zo moet.

• *Dacht je daarom eraan om zelf te gaan helpen?*

Ja, want dat is het enige wat ik kan doen en toen vroeg ze dat en toen zat ik wel even van ja hoe ga ik dat aanpakken? Ik kom hier namelijk ook niet vandaan, dus ik heb niet heel veel mensen om me heen. Ja collega's, maar verder niet. Maar ik zag wel de noodzaak ervan in, want geld is het enige waar ze wat mee kunnen.

• *Bedoel je dat je hier niet bent geboren?*

Ja klopt, ik werk hier alleen. Ik woon hier nu ongeveer wel dertien jaar, maar het is best wel een hechte gemeenschap en daar kom je niet zomaar in. Ik heb hier geen vrienden, wel heel veel kennissen. Dit is heel oppervlakkig. Niet dat ik ze zomaar kan aanspreken en vragen van wil je met mij meelopen? Dus eerst heb ik een stencil gemaakt en uitgelegd wat ik doe, met daaronder mijn telefoonnummer en kaartjes die ze eraf kunnen halen. Dat heb ik op twintig plekken in het dorp opgehangen en ik had geen   n reactie. Uiteindelijk heb ik er toch elf bij elkaar gekregen van collega's en een collega met haar moeder en haar zus, burens waarvan ik wist dat ze voor Amnesty liepen.

• *Veel van dit soort dingen gaan waarschijnlijk via via?*

Ja klopt. Ik heb het ook bij school opgehangen waar mijn kinderen hebben gezeten. Toen ik het wilde vragen was de directie er niet, dus toen zei een lerares van zeg het maar, dan leg ik ze wel neer en dan ga ik het van de week aan ze vertellen. Opgegeven moment vroeg ze waar is het dan voor? Dus ik ging dat uitleggen en toen zei ze oh ik loop ook graag mee, want mijn nicht heeft die spierziekte ook. Dus zo kom je zijdelings aan je mensen. Ik ben ook naar de bloedbank geweest en toen zei die vrouw dat haar zwager het heeft die ze één dag in de maand verzorgd. En zo kom je toch aan je mensen.

• *Zo zie je inderdaad dat je het vooral via via moet hebben.*

Ja, Carola zegt ook dat ze het niet voor het fonds doen maar voor jou. Als er iemand bij betrokken is dan doe je dat. En dat merk je gewoon. Je ziet ook dat ze heel enthousiast zijn, want normaal lopen mensen   n of twee avondjes en hier heb ik gehad dat ze bijna allemaal drie of vier dagen liepen. We hadden ook een gigantisch bedrag dat ik zelf ervoor werd opgebeld van hoe heb je dat voor elkaar gekregen?

• *Dat is inderdaad heel leuk om te horen en zeker omdat je regio relatief klein is.*

Ja, want in principe zou ik nog meer mensen kunnen hebben. Ik heb zelf vijf avonden gelopen en de zaterdag. Mijn ene dochter heeft vier avonden mee gelopen en die moest vrijdag en zaterdag werken en toen kwam mijn andere dochter helpen. Bij elkaar hadden we 2.500   2.600 euro met zijn elfen. Normaal gesproken is 25 euro in een bus veel. Daarom werd ik gelijk gebeld van hoe heb je dat voor elkaar gekregen? En dat kwam enkel door veel te lopen in die ene week.

• *Op welke manier zou je informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?*

Ik krijg volgens mij één keer in de drie maanden een boekje waar alle wetenswaardigheden in staat waar ze nu mee bezig zijn. Dit krijg ik ook elke keer op de mail als je wil.

• *Vind je dit een fijne manier van communiceren of zou u dit anders willen zien?*

Het is wel heel confronterend, maar ik zou het toch onder ogen moeten zien. De eerste boekjes die kwamen gingen gelijk de laatjes in. Mijn man wilde het helemaal niet zien. W  r zo'n ding bij de post ging het toen, maar ik lees het dan wel.

• *Lees je ook andermans verhalen of vooral de onderwerpen die relevant zijn voor jullie?*

Ik lees dat boekje wel door ja.

• *Zou je verder een andere manier van communiceren willen die er nu nog niet is?*

Nee. Eigenlijk vind ik het vooral heel praktisch wat ik heb over twee weken; dat je met lotgenoten bij elkaar komt.

• *Dit wordt ook allemaal naar jou gecommuniceerd en georganiseerd vanuit het fonds?*

Ja klopt en dat is erg prettig. En de volgende keer is nu in het Erasmus. Je hebt ook wel heel veel van die dingen hoor, ook in Dordrecht. Ik ga alleen niet overal naar toe. Ik haal eruit wat voor mij van belang kan zijn.

• *In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)*

Nee, volgens mij is dat wel voldoende. Want wat ze weten dat laten ze je weten.

• *Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als comitélid communiceert? Heb je het idee dat ze anders naar je communiceren?*

Of het anders is weet ik niet. Ik heb eigenlijk contact met Carola en dat is heel spontaan met een hele vlotte babbel. Gewoon een harstikke leuk mens en als er wat is dan bel ik.

• *Ze zijn altijd bereidt dus om even te bellen of tijd vrij te maken?*

Ja dat merk je wel. Aan het begin is het gewoon lastig. Alles ging ook verkeerd, want dan kreeg ik de helft niet en dan werd er gezegd o ja dat had er bij moeten zitten. En dan had ik die spullen weer niet. Het ging echt heel slecht toen ik ging starten. Maar dan doet ze er wel alles aan om het recht te zetten. Of er zaten weer geen dingen bij om door de bus te halen of geen kaartjes. Het was allemaal niet compleet, maar dat heeft ze allemaal goedge maakt. Hetgene wat wel verkeerd is gegaan aan het begin is dat mijn man PSMA heeft en opgegeven moment ontvingen wij post met daarop PSMA Hartogs. Ze dacht dat de initialen waren van mijn man, maar dat is zijn spierziekte. Dat vond ik echt heel erg. Dit heb ik ook aangegeven en is gelijk veranderd. Ik wilde namelijk niet nog één keer post ontvangen op die manier. Maar verder zei opgegeven moment iemand ook dat die graag een collectelijst wilde waar ze konden opschrijven wat mensen geven. Die liep buiten het dorp alle boerderijen af en die kennen elkaar allemaal. Ze zeggen vaak als de één 25 euro geeft dat de ander het dan ook doet. Toen heeft zij inderdaad twee giften van 50 euro erbij gekregen. Dat vindt je hier als je collecteert nooit. Heel af en toe tien of vijf euro, maar meestal één of twee euro. Maar dat was op het congres toen vroeg ik aan Joanna of ze die lijsten had. Ik had ze die week erna nodig, want het was 6 september en die week erna was de collecte. En toen is ze ze 's ochtends bij mij komen brengen. Dan rijdt ze even langs mij. En dan denk ik wel van ja ze doen er wel alles aan. Kost wel een hoop geld ook, maar ze zijn echt bereidt om hun best te doen.

• *Ik hoorde je net al zeggen dat je de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' hebt gezien? Wat vond je ervan?*

Op zich vond ik het een hele goede reclame. Ik denk dat het heel goed aangeeft hoe mensen zich voelen. Mijn man zegt ook mijn hoofd wil het wel, maar mijn vingers doen het niet meer. Mensen moeten het maar eens proberen met een paar wanten je veters strikken. Dat gaat gewoon niet.

• *En verder wat betreft de media-aandacht?*

In die week is het heel veel geweest en daar buiten hoor je er eigenlijk niets meer over. Misschien is dat ook wel de juiste benadering, want als je het elke dag hoort denk je misschien ook wel van ja het zal wel. En het kost natuurlijk best veel geld, dus je moet ook keuzes maken.

Symbolen

- Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)

Het is allemaal eigenlijk heel overzichtelijk.

- Heeft u de website wel eens bekeken?

Ja die heb ik bekeken.

- Wat zou u graag willen zien op de website?

Dat vind ik een lastige vraag. Misschien een overzicht van de acties wanneer wat is. Dan is de collecteweek ook al eerder terug te zien op de website. De actie die als eerst komt misschien extra toelichten.

- En het logo? Wat komt er in je op of wat vindt je van het kleurgebruik en de naam?

Het is sowieso aan Prinses Beatrix verbonden, vandaar het oranje. En ik denk op zich is het een heel simpel teken, maar het is wel heel krachtig. Het is echt, zo zie ik het dan, als iemand die heel uitgestrekt danst of springt. Een krachtig iets en dat is eigenlijk ook wat ze zeggen krachtig tegen spierziekten.

- In 2012 heeft het fonds hun naam veranderd, omdat ze eerst het Prinses Beatrix Fonds heette en toen wisten veel mensen niet waar het voor was. Dus toen hebben ze er in 2012 Prinses Beatrix Spierfonds van gemaakt.

Dat weet ik dan eigenlijk niet, want dat was eigenlijk voor mijn tijd. Maar zelfs nu nog als je langs de deuren gaat vragen ze nog van waar is het voor? Ook als je zegt ik loop voor het Spierfonds. Dan nog weten ze niet waar het voor is. Erna is toch wel het eerste wat ze vragen; toch niet voor het ALS he? Omdat daar vorig jaar de fraude was met de directeur en daar loop je dan tegen aan. Maar goed als ik zeg dat er nog veel meer spierziekten zijn, dan is het toch vaak wel van oke dan geef ik wel wat.

- Heb je wel een beetje het idee dat ze aan de deur het Prinses Beatrix Spierfonds kennen?

Nee, maar ik merk ook dat ik het hier voor het eerst doe. Want ik ben één iemand tegen gekomen en die man had dezelfde spierziekte als die mijn man nu heeft en die is inmiddels nu overleden. Maar hij stond aan de deur met tranen in zijn ogen en zei er is hier nog nooit voor gecollecteerd. En dat merk je wel dat je regelmatig hoort van o hier zijn ze nog nooit voor geweest en dat ken ik niet. Er zou dus eigenlijk veel meer bekendheid gegeven moeten worden in plaatsen waar er nog niet gelopen wordt.

- Dat is waar. Je moet in de plaatsen dan wel mensen hebben als jij die het willen oppakken.

Ja klopt en ik denk dat het heel belangrijk is dat mensen er wat mee te maken hebben. Ik hoor regelmatig dat mensen zeggen wat goed dat je het doet, maar dat ze dan niet aanbieden om mee te helpen. Dat vind ik wel jammer.

- Ben je dan zelf brutaal genoeg om het te opperen?

Nou ik merk wel dat ik daar nog niet zo goed in ben. Het is natuurlijk wel de eerste keer dat ik het doe en daar moet ik wel brutaler in worden. Ik heb er nu ook een vrouwtje bij die altijd bij mij in de zaak komt informeren van goh hoe is het nu met je man? Die zei nu dan ik ga ook voor je meelopen, dus die heb ik opgeschreven. Ik kreeg er ook nog één die zichzelf had aangemeld. Dus ik heb er dit jaar weer twee bij. Maar er zullen vast wel mensen afvallen, want er is inmiddels één collega van mij gestopt want die is klaar met haar studie. Dus die heeft nu een andere baan en woont in Rotterdam. Die zegt dan wel van bel maar, misschien ben ik het weekend wel bij mijn ouders en dan kan ik toch mee.

- Ik denk dat mensen vaak niet doorhebben dat het soms maar twee uur van je tijd kost.

Ja dat is zo. Je kan zoveel tijd erin stoppen als je zelf wil. Als je twee dagen wil helpen ben ik blij en met vier dagen ben ik nog blijer. Ze vragen wel eens waar ze moeten lopen. Dat maakt voor mij niet uit, als ze maar doorgeven waar zodat er geen dubbele mensen lopen. Zodra er meer mensen bij komen moet daar misschien wel een verdeling inkomen. Nu het nog zo klein is en ik het in de hand heb is het nog te doen.

- Kunt u aangeven in vier woorden aangeven wat u vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Kundig, onderzoek, collecteren en hoop. Heel veel hoop. Meer heb je niet, je hebt geen houvast.

Persoonlijkheid

- Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na					X	
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiceert heel duidelijk					X	
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn				X		
deskundig					X	
betrouwbaar					X	
creatief					X	
ondernemend					X	
conservatief				X		
wetenschappelijk					X	
innovatief					X	
modern					X	
professioneel					X	
sociaal					X	
communicatief					X	
transparant					X	
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als comitélid					X	
eigen invulling.....						

Ik denk dat het eigenlijk allemaal goed is en een heel kundig bedrijf is. Anders kan het ook niet functioneren.

• *Wat vindt je van deze lijst zelf heel belangrijk voor het fonds?*

Wat ik heel belangrijk vind is betrouwbaarheid en deskundig. Dat sowieso. En eigenlijk heel veel dingen wel. Je moet heel creatief zijn om mensen te bereiken om te geven. Je moet wel iets hebben waardoor je de aandacht trekt. Waar mensen denken goh inderdaad doe het eens met die handschoenen. Het is elk jaar natuurlijk een kunst om het opnieuw onder de aandacht te brengen.

• *In september komt er inderdaad weer een campagne om de aandacht te trekken.*

Het is jammer want mensen luisteren heel slecht. Als er een campagne is op televisie of de radio dan zien ze het vaak niet, omdat je er niet bij betrokken bent. Maar als je dan zoiets ziet, het moet iets pakkends zijn.

• *Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Ja absoluut. Ik denk dat ze dat zeker zijn.

• *Ja je vindt dat ze dat wel echt uitstralen en overbrengen?*

Op mij wel in ieder geval.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik denk dat ze intern ook goed functioneren, anders kan je als fonds niet zo te werk gaan. Extern vind ik hun gedrag goed. Ze moeten alleen meer van zichzelf laten zien, dat mis ik nog wel.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Zwakke punten heb ik eigenlijk niet meegemaakt, ik zit er pas zo kort bij. Ik heb één keer collecte gedaan en dat was allemaal goed georganiseerd. Ik had wel een probleem dat ik hier het geld niet kon storten. Ik ben zelf van ABN Amro, maar die hebben geen muntenapparaat en de Rabobank heeft dat wel. Maar als je geen klant bent van de Rabobank kan je het niet brengen. Daar heb ik wel veel ellende mee gehad, maar dat zouden ze dit jaar voor me oplossen. Ik hoop dat dat werkt. Ik zou als het goed is een nieuw pasje met een rekeningnummer van hun krijgen, zodat ik het wel kan storten. Dus ik hoop dat ze dat goed oplossen en voor de rest heb ik er eigenlijk nog weinig mee te maken gehad.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Zouden er dingen zijn die u anders zou aanpakken?*

Ik weet nu niet goed hoe zij te werk gaan op kantoor, dus het is heel moeilijk om nu te zeggen ik ga daar iets in veranderen. Ik denk wat zij toen tijdens de week met de collecte en daar veel aandacht opleggen dat dat heel goed is. En de onderzoeken waar ze mee bezig zijn dat ze daar ook alles goed in begeleiden. En ook de dingen wat ze nu organiseren, ik denk dat ze goede mensen op die plek hebben zitten die er verstand van hebben.

• *Wat vertelt u aan een vriend of vriendin over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Uit eigen ervaring vertellen waar ik mee zit en dan heb je goede hoop dat mensen zeggen goh ik doe het ook.

• *Ze zijn nu bij de collecte aan het kijken om het eventueel digitaal te doen, want je hikt soms misschien wel tegen mensen die zeggen ik heb geen contact geld. Hoe zou je daar over denken om het bijvoorbeeld op je social media te zetten en dat mensen daar kunnen doneren.*

Ik weet niet of dat goed gaat, want we konden dit jaar al zeggen dat ze konden pinnen met een bepaald nummer. En ja kan ook zeggen je kan het overmaken, dat heb ik een aantal keren gedaan. Maar ik geloof niet dat mensen het via social media gaan overmaken, want mensen moeten het meteen doen anders vergeten ze het. Want mensen weten nu ook dat je kan doneren als je het zou willen, maar dat wordt ook niet gedaan. Tenminste het zal best wel gedaan worden.

• *Maar niet zoveel als bij een collecteweek?*

Nee dat denk ik niet, want bij de collecteweek wordt je er gelijk op aangesproken en dan denk je ah joh die 50 cent of die euro.

• *Hadden jullie ook pinnen vorig jaar?*

Nee, maar er was wel een proef.

• *Ja klopt. Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft daar ook aan meegedaan.*

Daar krijgen wij dan wel bericht van he dat dat kan.

• *Het schijnt dat er 5x meer geld wordt overgemaakt met de pin. Je merkt denk ik wel eens dat mensen geen geld hebben in hun huis en dus willen pinnen?*

Nou ik merk toch wel dat mensen in hun kastje een geldpotje hebben staan met daar kleingeld in. Ik denk zeker wel acht van de tien. Dat heb ik nu zo vaak gemerkt dat ze zeggen even mijn potje pakken hoor. Dus ik denk dat het collecteren gewoon zo moet blijven.

• *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Nee, want alles wat je meer krijgt kost alleen maar geld en dat gaat weer van het onderzoek af.

• *En voor iemand die misschien wat minder te maken heeft met een spierziekte, hoe zouden die zichzelf nog meer verbonden kunnen laten voelen?*

Dat is het enige door die reclame zo pakkend mogelijk te maken. Dat mensen zeggen van jeetje dat is toch wel triest daar moet eigenlijk wel wat aan gedaan worden.

• *Wat vond je ervan dat het Prinses Beatrix Spierfonds het bredere publiek heeft opgezocht bij Everybody Dance Now?*

Dat vind ik op zich alleen maar goed en zeker mensen die zo goed uit de voeten kunnen. Dat die beseffen van hé het kan ook wat anders. Hoe meer het onder de aandacht wordt gebracht, hoe meer mensen denken van hier moet ik wat mee.

• *Dus op zich zou je het wel vaker willen zien of met mate?*

Nou ja niet perse meer, want je moet altijd de kosten berekenen ten opzichte van je resultaat. En die reclames zijn gewoon harstikke duur en dat moet je natuurlijk afwegen. Je kan wel zeggen ik doe het dubbel en nog meer, maar het moet er ook wel uitkomen. Dat is uiteindelijk toch het doel.

• *Heeft u zelf nog op- of aanmerkingen of een vraag?*

Nee eigenlijk niet, geen idee.

• *Ik hoop dat ik door deze interviews achter bepaalde punten kan komen onder de stakeholders.*

Ja het enige is denk ik om het onder de aandacht te brengen, want veel mensen weten er niets van. Ik had voordat ik bezig was met het fonds ook er nog nooit van gehoord. Wel van ALS, maar niet van het fonds.

Respondent 10

Geslacht: Man

Leeftijd: 39

Woonachting: Alkmaar

Sinds wanneer in betrokken: 26-04-2013

Duur interview: 42:47

Naamsbekendheid

• Welke goede doelen kent u?

Ik ken er een hele hoop. Om te beginnen met het Koningin Willemmina Fonds met de kanker bestrijding, Spieren voor Spieren, Greenpeace, Hartstichting, Wereld Natuurfonds.

• Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Alleen Spieren voor Spieren en het Prinses Beatrix Spierfonds eigenlijk.

• Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

In één zin zie ik het fonds als het steunen van onderzoek naar spierziekten. En ten opzichte van andere goede doelen stichtingen zo van doe maar normaal en wat minder prominent aanwezig dan andere stichtingen, maar wel heel erg profilerend als we doen dingen low profile en we gooien geen geld over de balk. Dat is wel iets wat mij aanspreekt.

Introductievragen

• Hoe lang bent u al betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dit wordt het derde jaar dat ik betrokken ben.

• Wat is uw reden om betrokken te zijn bij het Prinses Beatrix Spierfonds?

Eigenlijk geen hele specifieke reden. Ik ben benaderd of ik een bijdrage wilde leveren en ik denk dat het op het goede moment gevraagd is. Van goh zou je wat willen betekenen voor het fonds. En toen ben ik even gaan kijken wat alles inhoudt, maar het is niet dat ik een bepaalde binding had of dat ik iemand ken met een spierziekte. Het was met name de reden dat ik iets wilde doen voor de maatschappij en op dat moment kwam de vraag. Het was eigenlijk kijken of ik sta achter de wijze van werken van het fonds en of ik het eens was met de doelen. En dit was het geval.

• Hoe bent u benaderd?

Ik ben benaderd via een callcenter waar ik random ben gekozen. En vervolgens heb ik contact gehad met de regiomanager Marja Beukers, die in dienst is van het Prinses Beatrix Spierfonds.

• Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

De algemene indruk is wel dat het fonds vooral bezig is met verfrissing wat betreft imago en bekendheid en is druk aan de weg aan het timmeren. Met name wordt Jan Kooijman steeds genoemd. En het is ook voor het eerst dat ik heb bij Everybody Dance Now op landelijke televisie iets heb gehoord over het fonds. Waarvan ik dacht hé nu hoor ik wat over het Prinses Beatrix Spierfonds. De bekendheid is namelijk, dit merk je ook langs de deuren, één van de minder bekende fondsen toch.

• Wat vindt u van de publiciteit die het fonds opzoekt?

Ik vind het dus wel goed dat het fonds nu de publiciteit opzoekt. Je moet het alleen wel met mate doen. Ik heb er wel meer moeite mee als je hele televisieacties gaat krijgen waar met name de televisieproducent heel veel beter van wordt en wat levert dat het fonds op? Wat mij betreft moet het wel een redelijke low profile worden, zoals wat dingen tijdens een ander televisieprogramma. Dat is prima om daar wat bekendheid te krijgen. De link tussen dans en spierziekten is leuk. Dat is iets met bewegen en spierziekten, dus het is een natuurlijke link.

Communicatie

• Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Naar mij toe is dat zowel telefonisch als via de mail, daarnaast heb ik ook zo'n Spierkrant. Verder is dat redelijk low profile. Het is niet dat zo dat ik pagina grote advertenties zie, die ik bij andere fondsen wel zie. Op zich vind ik dat ook prima, houd het maar gewoon een beetje bescheiden.

• Is deze communicatie vooral uit Marja of ook vanuit het fonds zelf?

Ook vanuit het fonds zelf. Dit is vooral via de telefoon en via de mail. Marja is er namelijk een keertje tussenuit geweest en dan bel ik ook met andere collega's. Dat gaat prima.

• Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?

Ik vind het op dit moment prima zo. Ik heb niet ontzettend behoefte aan meer informatie en het is met name rond de collecteweek dat het fonds daar misschien iets meer mee kan of meer bekendheid kan krijgen.

• In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)

De Spierkrant vind ik wel informatief.

• Leest u de Spierkrant ook?

Ja. Het is niet het eerste blad waarvan ik zeg dat moet ik meteen lezen, maar ik kijk er altijd wel even in.

• Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als comitélid communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren? Merkt u dat ze vaak contact met u opnemen?

Ja, ik merk dat er goed gecommuniceerd wordt. Ik heb het overgenomen in Alkmaar van een ouder echtpaar die dingen toch op een andere manier organiseerde. Ze hadden een vaste groep van collectanten die aardig aan het vergrijzen was. En we zijn nu bezig om nieuwe mensen te werven voor het collecteren. En vanuit het Spierfonds, vanuit Den Haag dan, word ik goed ondersteund. Het oudere stel deed de collecte in heel Alkmaar en ik coördineer nu Alkmaar. We zijn bezig om te kijken of we meer wijkhoofden erbij krijgen, zodat we wat meer kunnen collecteren in die plaats. Dat is wel een van de dingen; het Spierfonds heeft geen landelijke dekking qua collecte. Dat is op zich wel jammer. Dus daar zou je nog winst kunnen behalen.

• Hoeveel tijd bent u zelf kwijt aan het organiseren?

Met name rond die week, ik heb het nooit gemeten, maar daar gaat toch wel veel tijd inzitten.

• En de rest van het jaar?

De rest van het jaar valt het wel mee. Het is af en toe een keertje met de medeorganisatoren bij elkaar komen. Marja die een keertje langs komt of een keertje bellen. Dat valt allemaal wel mee. De drukte ligt met name rond de collecteweek. Afgelopen jaar viel er bijvoorbeeld een medeorganisator uit. Dan moeten we zorgen dat er veel meer bussen bij mensen komen. Zorgen dat de bussen worden opgehaald en dat het geld goed geregeld is. En de mensen van wie ik het overnam hadden geen baan en je moet alles natuurlijk nog wel naast je baan en je vrouw en kinderen doen. Maar ja; voor het goede doel he.

• Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie of radio gezien? Zo ja, wat vond u ervan?
Nee heb ik niet gezien volgens mij. Ik heb wel Jan Kooijman een keer op de radio gehoord, maar deze kan ik mij niet herinneren.

Symbolen

• Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)

Nee kan ik niet heel veel over vertellen. De kleur natuurlijk wel – het oranje. En verder heb ik daar niet zo veel over te vertellen.

• Welke beelden/associaties komen het eerste in u op bij het horen van de naam Prinses Beatrix Spierfonds en het kleurgebruik? Of waar dacht u aan voordat u comitélid was? Kunt u enkele steekwoorden geven?

Ik denk dat met name aan spierziekte en onderzoek ernaar. Het mogelijk maken van het oplossen naar spierziekte. Wat ik sterk vind is de kleur, die is wel redelijk herkenbaar. Het blauw met oranje en de oranje bus bij het collecteren.

• Heeft u de website wel eens bekeken?

Dat heb ik wel eens bekeken ja, maar niet dagelijks eigenlijk.

• Wat zou u graag willen zien op de website?

Wat ik graag op een website zou willen zien. Ik vind het sowieso belangrijk dat het een toegankelijke website is. Verder weet ik dat eigenlijk niet.

• Voor 2012 was heette het Prinses Beatrix Fonds en toen wisten veel mensen niet dat het voor spieren was.

Nee dat klopt. Ik merk wel dat er soms wat verwarring is dat mensen denken dat het Spieren voor Spieren is. Dat is wel een heel vaak gestelde vraag.

• Als mensen dit aan u vragen, wat zegt u daar dan op?

Ik heb natuurlijk wel een beetje gekeken wat het verschil is en dat is met name het wetenschappelijk onderzoek wat bij het Spierfonds wordt gedaan. En Spieren voor Spieren met name ook wat praktische aanpassingen en wat minder wetenschappelijk onderzoek zeg maar.

• Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet? Laat logo zien aan respondent.

Ik vind de toevoeging Spierfonds wel duidelijk, dat maakt het een stuk duidelijker. Voor de rest zou ik niet echt zeggen van dit is duidelijk. Ik zie duidelijk dat het voor spieren is en beweging zie ik in het logo.

• Kunt u aangeven in vier woorden aangeven wat u vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Wetenschappelijk, transparant, low profile en deskundig.

Persoonlijkheid

• Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na				X		
is vriendelijk naar mij toe				X		
communiceert heel duidelijk				X		
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn				X		
deskundig				X		
betrouwbaar				X		
creatief			X			
ondernemend			X			
conservatief				X		
wetenschappelijk				X		
innovatief			X			
modern			X			
professioneel		X				
sociaal				X		
communicatief				X		
transparant				X		
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als comitélid				X		
eigen invulling.....						

• Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Wat ik met name belangrijk vind is transparant. Dat is namelijk iets wat je bij veel goede doelen hebt; van wat verdient de directeur? Het jaarverslag staat op de site, dus ik bedoel wat dat betreft is het heel transparant. Deskundig daar ga ik vanuit, maar dat is op zich moeilijk controleren of toetsen van; is dat ook echt zo? Zo komen ze wel op mij over. De kernwaarden dekken de lading wat mij betreft.

• U geeft aan dat u bij professioneel mee oneens heeft neergezet. Kunt u dit misschien wat meer toelichten?

Ja klopt. Dit komt omdat de organisatie natuurlijk aan elkaar hangt van vrijwilligers. De comitéleden, de collectanten. Er is wel een professioneel team in Den Haag, maar dat is redelijk beperkt. Aan de andere kant is dit ook wel weer de kracht. Ik zie het niet als iets negatiefs, maar het is met name een vrijwilligers organisatie, ondersteund door een beperkt aantal professionals.

• Wat vindt u heel belangrijk waar een fonds zich mee bezighoudt of waar een fonds aan moet voldoen?

Dat ze low profile zijn en transparant. En natuurlijk dat het wetenschappelijk onderzoek goed tot zijn recht komt.

Gedrag

• Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Niet heel veel bijzonders op dit moment. Ik vind het goed dat ze nu ook op de nationale televisie een beetje bekendheid proberen te krijgen, maar zeker wel met mate.

• Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?

De sterke punten vind ik, wat ik net zei, de transparantie ten opzichten van andere fondsen. Dus bijvoorbeeld het beloningsbeleid van bijvoorbeeld een directeur. En het zwakke is denk ik de dekking landelijk qua collectanten. Dat is op het moment toen ik er redelijk nieuw instapte is dat lastig om daar meteen wat mee te doen. Dat vind ik één van de lastigste dingen die speelden. En daarnaast is collecteren op dit moment niet zo modieus dat mensen in de rij staan om te komen helpen. Iedereen heeft het druk.

• Hoe zou u het anders gezien willen hebben toen u zelf nieuw kwam?

Dat is een lastige hoor van hoe zou je het anders gezien willen hebben. Ik denk namelijk dat het Spierfonds daar graag aan wat aan wil doen en mij nu heel erg ondersteund. Ik ben nu bezig door middel van telemarketing om een nieuwe grote groep mensen te werven. Dus het fonds wil het graag aanpakken, maar stel er dan ook middelen voor ter beschikking.

• Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft vorig jaar met een pilot meegedaan om tijdens de collecteweek ook te kunnen pinnen. Daarnaast zou het misschien een idee kunnen zijn om de collecte via social media in te zetten. Wat vindt u daarvan?

Op zich vind ik dat goed om het aanvullend te doen, maar ik heb wel het idee dat het minder gaat opleveren. Ik denk dat mensen gerust een banner op Facebook gaan zien, maar of mensen ook actief gaan geven dat weet ik niet. Ik denk toch dat het én én moet blijven. Zo'n collecte aan de deur werkt toch wel.

• Met de collecte wordt er nog steeds veel geld opgehaald natuurlijk.

Ja dat klopt, daarom denk ik ook dat het wel goed is om aanvullend te doen. Je had vorig jaar ook al op de bussen staan dat mensen konden sms-en om zo geld te doneren. Maar ik heb nooit gemerkt dat mensen zeiden geef me dat nummer even, dan doe ik het op die manier. Ik heb ook niet echt opgelet wat de opbrengst is geweest van dat deel of er nou heel veel via sms'jes gegeven wordt.

• Er wordt vooral gecollecteerd in wijken en niet echt in de steden. Hierdoor heb je toch vaker te maken met gezinnen en niet met jonge mensen.

Ja dat klopt. Ik heb ook niet echt gemerkt in de afgelopen jaren dat mensen echt geen kleingeld in huis hebben. Ze geven altijd wel een beetje.

• Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?

Met name als je het over collecteren hebt; het kost je één of twee avondjes van 1.5 á 2 uur tijd en je doet wat goeds. Je draagt bij aan een goed doel en een maatschappelijk doel. Dus doe dat gewoon eventjes. Dat is uiteindelijk wat je terug krijgt van mensen, dat de mensen die het nu doen dat ze het eigenlijk helemaal niet zo vervelend vinden en dat het allemaal best wel mee valt. Je gaat meestal in je eigen wijk één avondje langs de deuren. Uiteindelijk is de inspanning best beperkt, dus doe het gewoon eventjes zou ik willen meegeven aan mensen.

• Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?

Ik denk dat de aanpak op zich wel goed is. Ik zou dan wel willen gaan kijken hoe je het voor elkaar krijgt om de dekking wat groter te krijgen onder de collectanten. Ik denk dat daar heel veel winst valt te behalen. Er zijn echt nog heel veel witte vlekken.

• Hoe zorgt u daar nu zelf voor dat mensen meer gaan collecteren of erbij komen?

Het grootste dilemma is wat dat betreft tijd. Vorig jaar heb ik best wel veel zelf gedaan, omdat ook één van die medeorganisatoren uitgevallen was. Ik zit met name nu, en dan vooral met Marja, te kijken naar dat mensen hun eigen wijk kunnen doen binnen de stad. Op die manier creëer je verschillende plekken in de stad, waarbij mensen zelfstandig zo'n groepje collectanten aanstuurt. Hier zorg je ook voor persoonlijke binding.

• Dus nog niet eens zo zeer meer mensen?

Ja dat ook wel, want als je nu gaat kijken naar Alkmaar dan is de concentratie op 1/3 van de stad. Dat is zonde, want we willen die 2/3 er graag bij hebben. Je moet dan toevallig net mensen hebben die daar wonen en dat gaat mondjesmaat.

• Doen jullie dit dan via via of sturen jullie er ook brieven uit?

Nee dat is met name via via of eens een keer iemand vragen. Daar staan mensen helaas niet echt in de rij. Wat ook vaak gebeurd is dat er iemand voor een ander in de plaats komt en dan schiet je er eigenlijk persoonlijk niet echt veel mee op. En je ziet ook dat mensen langzamerhand afhaken, want die komen op een leeftijd dat ze zeggen ik stop er mee. Het vergrijst behoorlijk in Alkmaar in ieder geval.

• Het is wat dat betreft helaas nog niet bekend en populair genoeg.

Nee dat klopt helaas. We hebben wel eens zitten brainstormen hoor hoe we dat beter kunnen aanpakken. Misschien iets doen met scholen of op een andere soortige manier. Eén keer bij een voetbalstadion of bij een grote supermarkt. Er zijn wat dat betreft wel andere manieren te bedenken om dat te doen. Het is natuurlijk wel een motivatie als je mensen zelf kent met een spierziekte. Je moet het voor elkaar krijgen om mensen over te halen die niemand kennen met een spierziekte of er zelf wat mee hebben. Stel je krijgt er wel mee te maken, dan is het toch wel fijn dat er wetenschappelijk onderzoek naar is gedaan. Dat het in ieder geval extra wordt gedaan.

• Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?

Misschien wat meer updates over wetenschappelijke onderzoeken of doorbraken. Het wordt natuurlijk wel gemeld in de Spierkrant, maar als je er nieuws is wat betreft bestedingen met het geld of successen die behaald zijn vanuit onderzoeken om dat te delen misschien.

• En dan vooral wel bij de mensen die betrokken zijn bij het fonds of zou u adviseren dit met iedereen te delen?

Nee ik denk dat je het juist moet doen met de mensen die betrokken zijn bij het fonds om zo die successen te delen met elkaar. Zodat je weet waar je het voor gedaan hebt en waar je het voor doet. Verder zijn wij zelf ook aan het kijken hoe we de collectanten er meer bij kunnen betrekken. Met de oudere groep collectanten zijn er ook weer heel veel mensen zonder e-mail. Dat zou het ook makkelijker maken om wat sneller en makkelijker om bepaalde dingen te delen met die collectanten en die ook gedurende het jaar wat meer contactmomenten te hebben dan alleen die collecteweek.

• Zou u dit vanuit de regio willen organiseren of kan het fonds daar zelf ook wat mee doen?

Nee dat is vooral uit de regio's en de steden en de comités zeg maar. In mijn regio heb ik nu een stuk of 60 collectanten. En ik zou er wel een stuk of 180 willen hebben met die wijkhoofden.

• Heeft u zelf nog op- of aanmerkingen of een vraag?

Nee nu heb ik geen vragen, maar ben wel erg nieuwsgierig naar je eindproduct. Ik vind het interessant en leuk om de resultaten te zien.

Respondent 11

Geslacht: Vrouw

Leeftijd: 77

Woonachting: Hoevelaken

Sinds wanneer in betrokken: 26-04-2013

Duur interview: 1:02:30

Naamsbekendheid

• Welke goede doelen kent u?

Het Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds – daar loop ik ook voor, Kankerbestrijding, brandwondencentrum en de Nierstichting. Deze loop ik allemaal. Ik vind het allemaal heel belangrijk. Behalve de gewone dingen daar doe ik niks aan, maar de echte belangrijke dingen zoals de Nierstichting en de Hartstichting vind ik zo belangrijk allemaal.

• Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Ja er zijn verschillende. Dat is wel jammer. Daar wordt wel eens naar gevraagd, maar ik hoop dat er goed onderzoek gedaan wordt.

• Maar u kent niet nog andere fondsen wat betreft spierziekten?

Nee die ken ik niet, alleen het spierfonds. Er is wel wat, want dat hoor je wel eens aan de deur. Maar die ken ik niet hoor en daar heb ik ook geen tijd voor.

• Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Dat is het onderzoek natuurlijk. Dat vind ik ook belangrijk. Het onderzoek kost een hoop geld.

Introductievragen

• Wat is uw beweegreden om betrokken te zijn bij het fonds?

Om te collecteren bedoel je?

• Ja.

Nou er zijn nog maar bar weinig mensen. En dat vind ik zo jammer, want er wordt zo makkelijk over gedacht aan de deur ook. Ze zeggen dan er is iedere maand wat, ik stuur het wel op. Ik ben een vrouw die bijdehand is dat zeg ik je eerlijk, dus dan zeg ik aan de deur doe één euro ergens minder en doe één euro in de bus. Dan weet ik zeker dat ze wat doen, want ze komen overal zo makkelijk vanaf.

• Doen ze het dan wel als u dat zegt?

Veel wel hoor. Ik doe rare dingen.

• Ik kan me voorstellen dat je soms aan de deur moet vragen om geld.

Ja klopt en dat durf ik. Dat zeg ik ook tegen allemaal, je moet gewoon je woordje doen en doe vriendelijk als je aan de deur komt. Zeg bijvoorbeeld wat heeft u een mooie deur of als er een kind opendoet zeg dan gelijk iets leuks. Ik had laatst dat ik ergens kwam voor het Reumafonds en toen kon ik de bel niet vinden, dus toen kwam die vrouw naar me toe. En toen zei ik mevrouw u heeft een prachtig huis, maar kan de bel niet vinden. Zegt ze nee dat klopt, maar ik kreeg wel vijftien euro. Eenmaal aan de praat dat helpt.

• Ja de betrokkenheid en het praten helpt dus echt.

Ja zeker, zeg gelijk wat leuks aan de deur. Ik heb kleine wijken om de collecteren en ik zeg altijd schrijf op als er mensen niet thuis zijn, zodat je nog terug kan in de loop van de week. Het is belangrijk en een hele boel zeggen dat het tegenwoordig niet meer nodig is.

• Hoe lang bent u al betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ik heb het Reumafonds ook al en toen vroeg er iemand een paar jaar geleden aan mij of ik dit ook wilde doen. Dat weet ik niet meer precies.

• Maar u bent pas sinds kort comitélid toch?

Ja dat klopt. Ze hebben mij toen gevraagd, omdat ik zelf altijd hard heb gewerkt. Ik heb een man die heeft alzheimer, dus die zit nu vier dagen per week bij de opvang en dan kan ik wat doen. Eerst wat dat niet zo en toen zorgde ik voor hem. Je moet van elke dag een mooie dag maken en niet klagen, altijd blijven lachen.

• Deze instelling zal vast ook aan de deur helpen.

Absoluut, absoluut. Ik stuur iedereen aan het eind van de collecte altijd een bedankkaartje en ik doe er altijd iets bij. Verleden jaar had ik twee dingetjes erbij gedaan van Merci. Dat hadden we heel leuk ingepakt en aan het kaartje gedaan. En dan doe je weer eens een roosje en dan doe je dat weer eens en dat vinden de mensen ook leuk. En het is maar een kleinigheidje. Ook vind ik het heel belangrijk dat mijn collectanten geen grote wijk hebben, maar een kleine wijk doen. Mensen moeten zeker niet zoiets hebben van morgen moet ik weer.

• Nee dan maak je het misschien iets te verplicht?

Ja dat klopt, want hier in Hoevelaken heb ik dertig bussen.

• Heeft u zoveel mensen die meelopen?

Ja zeker. Ik vind namelijk wel dat je ze allemaal bij elkaar moet houden en niet moet zeggen dat het teveel collectanten zijn.

• Hoe bent u aan uw collectanten gekomen of waren die er al?

Nee, nee, nee. Eerst hadden we 1.000 euro en nu hebben er 3.200. Ja wij hadden heel veel. En we zaten allemaal al volgend jaar gaan we naar de 3.500. Een beetje oppeppen hopakee. Ik zit bij een oudervereniging en bij een kaartvereniging en zo kom je dan aan een hoop contacten. En dan kom je vanzelf aan de mensen. Als je aardig bent voor een ander, zijn ze ook aardig voor jou.

• Merkt u aan de deur dat ze het Prinses Beatrix Spierfonds een beetje kennen?

Ja. Nou het Spierfonds.. Het Prinses Beatrix Fonds zegt meer. Gek he?

• Is het hier een oude buurt?

Nou Hoevelaken is echt een gemeenschap. Hier wonen niet zo heel veel ouderen.

• En als de mensen aan de deur nu Spierfonds horen, dan denken ze snel van die kennen we niet of?

Nou zo niet, want ik zeg altijd zeg erbij dat het Prinses Beatrix Fonds / Spierfonds voor spierziekte is. Dan krijg ik wel vaak te horen van daar zijn er meer van. Dan zeg ik ja dat klopt wel, maar dit is van het Beatrix Fonds. Dat stimuleert wel.

• Wat is uw algemene indruk van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ja dat vind ik heel positief hoor. Ik heb goed contact met iedereen.

Communicatie

• Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Ja, dat vind ik een hele moeilijke vraag. Over welke communicatie heb je het dan?

• Bijvoorbeeld naar u toe per telefoon of per brief of naar buiten toe met de reclame.

Nou ze zijn allemaal heel hartelijk en de reclames vind ik allemaal zonde van het geld. Er komt ook een hoop in het zakje van andere mensen. En daar ben ik een oude vrouw voor en dat vind ik zonde. Want de bussen bijvoorbeeld zet ik allemaal op zolder, want dat mag niet opgestuurd

worden dat vind ik zonde van het geld. En verder zou ik het niet weten. Ik vind het wel mooi dat je een week van te voren het allemaal ziet op de televisie. Dat vind ik al heel wat, maar een andere reclame denk ik niet dat het veel baat zal hebben.

• *Denkt u niet dat het helpt voor de naamsbekendheid? En met een goede naamsbekendheid kan het fonds misschien meer donateurs binnen halen.*
Daar geloof ik niet in. Je kan beter aan de deuren in contact komen met de mensen. Dat helpt veel meer. Maar een ander denkt er misschien anders over. Ik vind het wel heel goed en belangrijk dat je rondom de week van de collecte veel uitleg ziet. Ik krijg van het hoofd altijd een gelukkig nieuwjaar en verder vind ik het allemaal zo onbelangrijk. Die mensen doen ook hun best en hebben hard de tijd nodig.

• *Ontvangt u ook de Spierkrant?*

Nee ik denk het niet. Ik ben niet zo van kranten.

• *Het is een kleine folder / krant die informatie geeft over waar het fonds mee bezig is en onderzoeken of wat er is gebeurd bij een bepaalde actie.*

Zou ik jou wat vertellen? Ik heb zoveel narrigheid aan mijn hoofd dat ik dat helemaal niet wil. Snap je wat ik bedoel? Ik doe dit, omdat ik het belangrijk vind. Nu is mijn man weg en dan kan ik wat doen. Ik heb een groot huis en een grote tuin. En als mijn man thuis is moet ik naast hem zitten. Dus dat zijn dingen waar ik allemaal geen tijd voor heb. Ik lees geen kranten. Ik bekijk één keer per dag het nieuws en dat is genoeg. Van het Reumafonds krijg ik ook allemaal rommel en ik heb daar gewoon geen zin in.

• *In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, e-mail, post, telefoontjes, etc.)*

Ik ontvang geen e-mail, want ik heb geen computer en verder ontvang ik ook geen Spierkrant. De communicatie met het fonds en met de regiomanager verloopt harstikke goed of via de telefoon of in het echt. Daar heb ik echt leuk contact mee. Die komen ook af en toe langs.

• *Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' hebt gezien? Wat vond u ervan?*

Dit vind ik nou een hele mooie reclame. Maar wie zou als je dit nou door de deur krijgt inkijken?

• *Nee niet via de deur, maar bijvoorbeeld via een billboard of een reclamespotje?*

Zoiets zou kunnen, maar ik weet het niet.

• *Vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds op een bepaalde manier naar u communiceert als comitélid?*

O jawel, ze zijn harstikke hartelijk. Echt waar. Zoals ik zei met Nieuwjaar altijd een kaartje en we hebben harstikke leuk opgehaald. Dan krijg ik nog een kaartje na. Dan vind ik het allemaal prima. Er is een blij van waardering. Altijd een leuke brief van je hebt het goed gedaan en dit en dat. In juni komen we weer bij elkaar en dan gaan we alles bespreken voor de collecte. Dan ga ik ook gelijk aan de slag. Dat vind ik ook zo prettig van het Spierfonds. Dat is in september en het Reumafonds is in maart. Vorig jaar liepen we in de sneeuw en is het al heel snel donker. Dat heb je hier wel als het al donker is doen de mensen niet meer open.

Symbolen

• *Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)*

Ik vind dat prima. Ik vind het een heel mooi logo. Ik vind het een heel mooi, duidelijk logo. Het poppetje geeft goed aan dat er beweging in zit.

• *En het kleurgebruik?*

Daar houd ik wel van.

• *U heeft de website ook nog nooit gezien, omdat u geen internet heeft?*

Nee dat klopt.

• *Wat zou u graag willen zien op de website?*

Dat weet ik echt niet. Ik ben niet van het internet.

• *In 2012 heeft het fonds hun naam veranderd, omdat ze eerst het Prinses Beatrix Fonds heette en toen wisten veel mensen niet waar het voor was.*

Dus toen hebben ze er in 2012 Prinses Beatrix Spierfonds van gemaakt.

• *Kunt u aangeven in vier woorden aangeven wat u vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Wat kan jij moeilijke vragen stellen zeg. Ik hoop dat ze er een hoop mensen mee gelukkig maken.

• *En bepaalde kernwoorden die in u opkomen met wat ze doen of wat ze uitstralen?*

Dat zou ik niet weten, dat vind ik zo moeilijk. Het is heel belangrijk dat ze onderzoek doen. Dat is iets waar ik vooral aan denk.

Persoonlijkheid

• *Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....*

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na					X	
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiceert heel duidelijk			X			
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn					X	
deskundig						X
betrouwbaar					X	
creatief					X	
ondernemend					X	
conservatief					X	
wetenschappelijk					X	
innovatief					X	
modern					X	
professioneel					X	
sociaal				X		

communicatief			X			
transparant			X			
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als comitélid					X	
eigen invulling.....						

Voor mij komen ze hun afspraken na. Ik vind het perfect allemaal hoor, ik vind dat goed gaan. Communiceert heel duidelijk, ja ik heb niet zoveel nodig. Als ze hartelijk zijn naar mij ben ik blij. Ik hoef niet zoveel daarvan. Ze hebben bij het Reumafonds wel eens gehad dat ze allemaal langs wilde komen en een gebakje wilde eten. Daar houd ik al helemaal niet van. Dat hoeft voor mij niet, zo'n type ben ik ook. Ik doe het voor hier, maar niet voor de gezelligheid. De informatie die ik ontvang is niet veel, maar wat ik krijg is voldoende. Deskundig kan ik niet over oordelen. Daar ga ik dus niet over beslissen. Betrouwbaar zijn ze wel. Creatief vind ik voldoende. Ik sta volledig achter het fonds. Als ze niet professioneel zouden zijn dan bestonden ze niet.

• *Wat vindt u van deze lijst zelf heel belangrijk voor het fonds?*

Dat het wetenschappelijk is natuurlijk en betrouwbaar. Want we hebben twee jaar geleden toen de Kankerbestrijding was gefraudeerd was het niet makkelijk om langs de deuren te gaan. Daarom vind ik betrouwbaarheid fijn. Je hoort er nooit iets over en dat is fijn. Kankerbestrijding is natuurlijk heel bekend en er gaat zoveel geld naar hun toe. Gelukkig is het ondertussen alweer geslonken.

• *Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Daar ben ik het mee eens ja. Dat heb ik allemaal op ja gezet. Zo komt het bij mij over, dat lijkt mij wel. Als je negatief bent kan je niets verkopen aan de buitenwereld. Dan lukt het ook niet aan de deur. Als iemand het niet naar zijn zin heeft of voor zijn plezier doet, moet je het ook zeker niet doen.

• *Wat voor soort leeftijd heeft u in uw omgeving wat betreft lopers?*

Nou dat is heel divers. Ik heb alles. Van achttien tot in de tachtig. De meeste zijn in de veertig denk ik.

• *Leuk om te horen. Het probleem van tegenwoordig is dat bij collecteren het een beetje aan het vergrijzen is. Dus ik ben benieuwd wat de beweegreden is van de achttienjarige.*

Nou dat is mijn kleindochter. Zij had ook een vriendinnetje en ik heb gezegd dat ze samen wel een wijk konden doen. Dan vertel ik ook helemaal dat het goed is en verantwoord en voor wie het is. Hun moeder loopt ook, maar zo moet je ze toch krijgen.

• *Er is uit onderzoek gebleken als je bij het collecteren kan pinnen dat er dan vijf keer zoveel wordt gegeven.*

Daar heb ik nog niks van vernomen. Ik heb misschien één of twee mensen horen zeggen dat ze geen kleingeld in huis hebben. Ik hoor ze wel zeggen ik heb nu nog kleingeld, dat zou over een paar jaar wel minder zijn. Dan hoor je wel.

• *Ze willen in de toekomst misschien wel met de collecteweek het ook via Facebook promoten en dat iemand zijn eigen collectebus heeft. Zou dat werken denkt u?*

Nee denk ik niet. Er is niets mooier dan menselijk contact. Ik geloof er niet in.

• *Denkt u niet dat het zo werkt dat mensen geld geven, omdat ze mij al kennen?*

Nee hoor. Ik krijg ook geld van mensen die ik niet ken. Ik geloof er niet in. Ik ben heel erg van de contacten met alles.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ze doen het op dit moment harstikke prima, ik heb alle vertrouwen in het fonds.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Weet je wat ik een zwak punt vind, maar dat ligt misschien aan mij omdat ik ouder ben. Zoals met die bussen die werden opgestuurd en kost handen met geld. Dan zeg ik jongens zoek een andere uitweg en dan zijn er weer twee bussen vergeten en dan moeten die weer apart gestuurd worden. In die dingen zitten ook allemaal folders die je erbij doet. Niemand kijkt er naar hoor. Er zitten raambiljetten bij. Ik heb één vrouw die wil een raambiljet hebben, maar ik krijg een heel bosje. Ik heb wel   n actieve vrouw en die woont in een flat en die prikt het daar bij haar op het prikbord. Zij is ook in de tachtig, maar wat ze doet doet ze goed. Waar ik ook succes mee heb zijn de agenda's. Dat is zo'n succes echt waar. Ik heb er nu een paar over en dan neem ik ze mee naar die ouderen. En dan zeg ik je mag er wel   n hebben, maar ik heb hier wel een bus en dan doe je daar wel wat in. Ja vind ik wel. Voor wat hoort wat.

• *En wat vindt u een heel sterk punt van het fonds?*

Ik hoop dat ze het geld goed gebruiken, maar dat weet ik allemaal niet. Daar kan ik niet over oordelen. Het is belangrijk en je hoort wel eens dat ze goede dingen doen. Meer weet ik er ook niet van.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Zouden er dingen zijn die u anders zou aanpakken?*

Nee, ze doen het harstikke leuk. Ik heb er zeker vertrouwen in.

• *Wat vertelt u aan een vriend of vriendin over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Nou dat er een goed onderzoek gedaan moet worden. En dat er geld moet komen voor onderzoek, want het is een verschrikkelijk iets als je iets aan je spieren hebt. Want iedereen moet daar dag in dag uit mee bezig zijn. De een heeft het iets minder dan de ander, maar het is wel verschrikkelijk. Sommige mensen zeggen wel eens o dat is niet belangrijk. Dan zeg ik het is wel belangrijk. Ieder onderzoek dat gedaan kan worden is goed.

• *Zou het fonds nog dingen kunnen doen waardoor u zich nog meer betrokken voelt?*

Nee, ik vind het prima zo.

• *Heeft u nog een tip voor het fonds?*

Nee eigenlijk niet. Ik ben blij met alles en vind het goed zo. Het enige wat ik wil is volgend jaar 3.500 euro ophalen. Ik vind de boekjes en de pennen van het Spierfonds ook heel fijn.

• *Heeft u zelf nog op- of aanmerkingen of een vraag?*

Nee ik heb geen opmerkingen meer.

Respondent 12

Geslacht: Vrouw

Leeftijd: 49

Woonachting: Hedel

Sinds wanneer in betrokken: 19-04-2014

Duur interview: 1:31:51

Naamsbekendheid

- *Welke goede doelen kent u?*

KWF, Natuurmonumenten, Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds en Dierenbescherming.

- *Welke goede doelen met een spierziekte kent u?*

Spierziekte gerelateerd bedoel je?

- *Ja.*

Dat is dan het Reumafonds en spierziekte Duchenne, ALS, Pompe en dat was het.

- *Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

In ieder geval dat ze het geld wat ze binnenkrijgen gebruiken om onderzoek te doen naar spierziekte. Hoe ze het kunnen verlichten of aangenaam kunnen maken voor mensen die eraan lijden. Om eventueel medicatie te ontwikkelen of om het globaal zo prettig mogelijk voor degene die er aan lijdt maken. Want het is onomkeerbaar en dan is het wel prettig om het voor mensen minder zwaar te maken denk ik.

Introductievragen

- *Wat is je eigen reden om betrokken te zijn bij het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Ik heb zelf spierreuma. Dat is niet te vergelijken, vaak komen er andere klachten bij. Maar ik ben door een auto ongeluk arbeidsongeschikt geraakt en ik wil gewoon iets bijdragen voor mijn medemens. Ik werd blind gebeld door Mirka of ik iets wilde betekenen voor het Spierfonds. Of ik organisator wilde worden voor Hedel. Naar uitleg heb ik eigenlijk niet getwijfeld. Dit raakt mij ook en spreekt mij aan.

- *Mirka had gewoon mensen uit het telefoonboek gebeld of wat had zij gedaan?*

Ik had begrepen inderdaad dat ze gewoon in Hedel een paar straten heeft uitgezocht en daar wat mensen heeft geprikt en die gebeld. Mijn eerste reactie was ook van heb je mij geselecteerd op de straatnaam? Dat was niet zo en ze heeft gewoon geprobeerd / gelobbyd van wil je het organiseren? Degene voor mij woont ook uiteraard in Hedel en die heeft het verschillende jaren gedaan. Zij is gestopt met werken of minder gaan werken en zij had zoiets van iemand anders mag het nu overnemen.

- *Hoe lang bent u al betrokken bij het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Sinds 2012.

- *Dus je bent niet eerst gaan collecteren, maar gelijk comitélid geworden?*

Ja. Sowieso heb ik in een ver verleden wel eens gecollecteerd. Maar ik was dan meer het type van in een dierenasiel aanpakken. Meer de werkzaamheden doen en niet het collecteren, waar ik overigens heel veel respect voor heb. Ik doe het inmiddels ook.

- *Heeft Mirka ook nog andere mensen weten te bereiken voor het collecteren?*

In eerste instantie had ze een lijstje met wat namen erop, maar uiteindelijk vielen er een paar mensen af en dat merk ik nu zelf ook. Mensen door de telefoon is toch niet echt persoonlijk. Je hebt er geen gezicht bij en geen mimiek. Mensen beloven dan iets of ze zeggen iets toe en als je ze dan een maand of zes weken van te voren benaderd voor een collecte hebben mensen wel eens een andere reden om iets te doen.

- *Wat voor reden hebben ze dan bijvoorbeeld?*

Eén mevrouw ken ik dan toevallig, die had haar voet verstuikt. Maar als iemand een reden geeft is dat voor mij prima, dat staat niet ter discussie natuurlijk. Het is hun tijd en zij bepalen niet ik, maar ik had ook een paar flauwe smoezen zoals mijn hond is ziek of ik ga net op vakantie. En dan kom je die mensen in de collecteweek drie keer tegen. Ik zeg ook altijd als ik mensen benader, als het niet uitkomt moet je het gewoon eerlijk zeggen. Je mag ook nee zeggen en je hoeft mij niet te vertellen waarom.

- *Wat zeg je zelf tegen die mensen om ze over te halen voor het collecteren?*

Nou dat het een paar uurtjes werk is en dat ze dan echt heel goed werk doen. Dat ze iets doen voor iemand anders. Je helpt mensen met een spierziekte en je bent lekker in de buitenlucht.

- *Toen je aan het begin comitélid werd, zijn er toen nog dingen fout gegaan of heel goed?*

Nou ik viel er eigenlijk blind in. Fout gegaan niet echt, wel eens een keer een spandoek ontvangen in plaats van een spandoek. Maar verder kan ik niet echt zeggen dat het fout is gegaan. Ik ben echt heel goed voorbereid door Mirka. Echt een duidelijke uitleg. Ik kreeg ook een map van de voorganger, die kan ik zo wel pakken als je wil. Alles zat netjes per tab. Een gebruiksaanwijzing voor het geld storten en het benaderen van collectanten. Welke wijken zijn beschikbaar en worden belopen door die en die. De namen van de collectanten en die loopt al zo lang met een beloning erbij na vijf of tien jaar.

- *Dus je voorganger had al goed werk geleverd, waardoor het voor jou wat makkelijker werd?*

Ja klopt. Ze had ook al mijn bestelling gedaan. Zoveel ballonnen, pennen, boekjes, stickers etc. Dat was allemaal perfect geregeld en nog steeds. Ze was hier laatst nog een keer. Vanuit het fonds zelf is de begeleiding gewoon heel goed. Dat was ook mijn eerste reactie of ik alles wel voor elkaar kon krijgen. En toen zei Mirka nee joh, je mag mij altijd bellen en dat is ook zo. Hele aardige vrouw en helemaal begaan met het fonds. Dat vind ik zelf ook, als ik het doe wil ik het ook goed doen. Ik heb nu geleerd hoe het moet. Aan het begin was het allemaal voorgekauwd. Ik moet eerder beginnen met mensen benaderen, want dat vond ik nog wel eens lastig. Ik ga nu de mensen die altijd lopen zeker zes weken van tevoren bellen om te vragen of ze willen lopen.

- *Hoeveel collectanten heb je nu in je omgeving?*

Te weinig dus. Vorig jaar hadden we met mezelf erbij zeven, dat vond ik heel erg. Ik heb vorig jaar in de regionale krantjes een oproep geplaatst. Het Spierfonds had zelf een heel mooi wervingsbericht gemaakt. Dat heb ik overgenomen en mijn gegevens ondergezet. Twee kranten hadden dat afgedrukt, bij de sportschool gehangen en bij de huisarts, bij de drogist en bij de supermarkt en nog een paar punten waar veel mensen komen, maar helaas nul reactie.

- *Ja dat is wel echt vervelend. Je moet het waarschijnlijk toch hebben van via via.*

Ja klopt, de meeste mensen die lopen heb ik gezien dat die wel trouw zijn. Van lopen krijg je een loopje. Mensen die nu voor 'mij' lopen zeggen dan gelijk dat ze nog iemand zoeken voor Alzheimer. Dan loop ik voor hen, maar dan wil ik wel in een andere wijk. Dan blijven mensen mij zien en dan worden ze misschien collecte-moe.

Communicatie

- *Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Dat vind ik wel heel goed. Ze hebben vorig jaar een heel leuk spotje gedaan met Jan Kooijman onder andere en die ovenwanten. Dat vind ik wel

heel goed. Er is een Facebookpagina en daar wordt van alles gedeeld. Een school haalt flessen op en doneert dan. Dus de communicatie vind ik heel goed.

• *Op welke manier ontvang je zelf informatie van het Prinses Beatrix Spierfonds? De Spierkrant of e-mail?*

Eigenlijk allebei. De Spierkrant, via Facebook en eventueel een mail van we hebben iets nieuws.

• *En vindt je die berichten informatief? Of zouden ze daar wat anders aan kunnen doen of mee kunnen doen?*

Ja die vind ik wel informatief en ook actueel. Niet alleen we gaan het zo en zo doen. Bijvoorbeeld het gedoe met de Alpes D'huez waar gedoe was met geld. Want het Kankerfonds zit voor de collecteweek van het Spierfonds en dat is niet zo leuk. Wij hebben toen een hele handleiding gekregen in de vorm van folders van als mensen zeggen als het één pot nat is. Het Spierfonds heeft boekjes waarop de verantwoording van de geld bedragen staan. Dit gaat daar heen en dit gaat daar heen. Harstikke mooi. Er staat zelfs vermeld wat de directeur verdiend. Dat vind ik heel transparant. Dat heb ik bij KWF nog niet gezien. Ze zijn heel open en hebben zo min mogelijk vast personeel, ze draaien verder vooral op vrijwilligers. Loonkosten zijn bijna de meeste kosten bij een bedrijf. Daar zijn ze heel open in en dat vond ik zo geweldig. Als je dan nog niet overtuigd bent dan gaat het gewoon niet lukken dan wil je niet.

• *En die boekjes nam je mee aan de deur?*

Ja klopt. We krijgen collectematerialen, maar we krijgen ook die boekjes en daar staat heel kort en bondig op wat spierziekten zijn. Dat er heel veel namen zijn, maar de bekendste staan er dan op. De naam van de website en de verantwoording. Prima, vind ik heel goed.

• *Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als comitélid communiceert? Heb je het idee dat ze anders naar je communiceren?*

Ja.

• *Op welke manier uit zich dat?*

Dat zijn die e-mailberichten en de directe berichten aan mij. Ik kan ook direct in het collecteweekbestand. Daar staan ook heel veel gegevens in en daar kan ik zelf ook dingen invoeren. Ik krijg wel informatie die ik wel mag doorspelen aan de collectanten. Zoals ik net zei over het KWF, dat de collectanten iets weten over hoe transparant is. Ik krijg denk ik wel meer informatie dan die mensen die ik een paar weken van te voren vraag om mee te helpen met collecteren. Ik heb zelf ook al veel gelobbyd met de spandoeken en de posters. En dan merk ik wel aan de deur dat ze zeggen o dat heb ik gezien.

• *O echt? Dat is dan wel heel positief.*

Ja en ook specifiek waar ze het hebben gezien.

• *Dat is handig, dan weet je gelijk waar ze het oppakken.*

Dan denk ik oke, want ik rijd dan zaterdag voor de collecte iedereen af. Ik wil namelijk ook niet over de posters van het KWF plakken. Maar je merkt wel dat ze het hebben gezien.

• *De Spierkrant wordt gegeven aan mensen die al betrokken zijn bij het fonds of die een donatie hebben gedaan. Is er iets in jouw ogen wat het nog aantrekkelijker kan maken om mensen bij de Spierkrant te betrekken?*

Ik vind hem al heel volledig eigenlijk. Bedoel je mensen overhalen om te doneren of om mensen over te halen om te lopen of allebei?

• *Eigenlijk meer om mensen over te halen om ze meer te informeren, omdat ze snel denken dat het spam is. Wat zou er in kunnen om mensen wel over te halen om ze te laten lezen om meer je verhaal te kunnen doen als fonds?*

Ja dat is een goede. Ik vind altijd wel dat er goede koppen opstaan, gelijk met het onderwerp. Van er is iets nieuws of we gaan het zo en zo aanpakken. Dat vind ik al een trigger om het uit te pakken, omdat ik dan denk dat het een nieuwe methode is of iemand heeft iets anders ontwikkeld. En verder voor in de krant, dat weet ik eigenlijk niet. Ik vind het momenteel wel heel goed zo. Het is heel divers, het is niet ingewikkeld geschreven het is gewoon duidelijk. Ze laten vaak wat zien met foto's of tekeningen. Zoiets doen ze er altijd wel bij en dan is het heel visueel gemaakt, dat vind ik fijn. Ik ben ook lid van het Reumafonds en daar doen ze vaak stukken tekst erin van academische stukken. Ik ben geen onderzoeker, dus dat is niet te begrijpen bijna. Ik denk dus dat mensen eerder geneigd zijn van het zal best kloppen, want er is onderzoek naar gedaan. Dit vind ik in de Spierkrant dus wel heel duidelijk. Sterker nog; ik heb hier een nichtje gehad die er een spreekbeurt over wilde doen. Toen waren er nog geen lespakketten. Ik vind het daarom echt geweldig dat er nu lespakketten zijn.

• *Ik hoorde je net al zeggen dat je de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' hebt gezien? Wat vond je ervan?*

Vond ik heel goed. Ook heel confronterend, maar dat is uiteraard de bedoeling. Mensen als je zegt spierziekte, gaan mensen toch snel zelf een beeld vormen. Ze weten niet wat ze daarbij moeten voorstellen. Met deze reclame is het goed te zien dat het moeilijk is om je veters te strikken of je knoopjes los te maken. Alleen kan jij ze weer uit doen, maar iemand met een spierziekte kan dat helaas niet. Dus heel confronterend, maar op een vriendelijke manier. Dus niet de zielige hondjes en ezeltjes reclame.

Symbolen

• *Kunt u wat vertellen over de symbolen van het Prinses Beatrix Spierfonds? (huisstijl, logo, kleurgebruik)*

Het is mooi opvallend oranje blauw. Het is veranderd he? Ik vind hem nu krachtiger. Mooi, duidelijk, kleurrijk. Niet te vaag dat het bijvoorbeeld niet binnenkomt. Ik vind het een mooi logo.

• *En de website?*

Ja eigenlijk ook heel duidelijk en laagdrempelig en snel. Het is een duidelijke site om je informatie te kunnen vinden.

• *Wat zou u graag willen zien op de website?*

Ik zou het goed vinden als ze de acties aankondigen en dat ze voor de mensen van buitenaf wat vertellen over de organisatie. Een duidelijk en overzichtelijke website, maar dat vind ik nu al dat die laagdrempelig en snel is.

• *Kunt u aangeven in vier woorden aangeven wat u vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Voor mij is dat transparantie, spieren, ziekte en dromen.

Persoonlijkheid

• *Wilt u aangeven in hoeverre u het met elk van de volgende uitspraken eens of oneens bent? Het Prinses Beatrix Spierfonds is.....*

Stelling	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Niet eens / niet oneens	Mee eens	Helemaal mee eens	Weet ik niet
komt hun afspraken na					X	
is vriendelijk naar mij toe					X	
communiceert heel duidelijk					X	
geeft een goed beeld waarmee ze bezig zijn					X	
deskundig					X	

betrouwbaar					X	
creatief					X	
ondernemend					X	
conservatief				X		
wetenschappelijk				X		
innovatief					X	
modern					X	
professioneel					X	
sociaal					X	
communicatief					X	
transparant					X	
laten zien dat ze actief samenwerken met mij als comitélid					X	
eigen invulling.....						

Conservatief vind ik altijd zo'n stoffig woord. Niet conservatief in de zin van suf en oudbolig, maar conservatief in de zin van oud, lang bezig en betrouwbaar dan wel. Wetenschappelijk; ze laten onderzoek doen. Ze zijn er mee bezig, maar of ze wetenschappelijk zijn. Ze laten dingen onderzoeken, dus die vind ik lastig. Dus in de zin van onderzoek laten doen ja. Modern vind ik wel. Twee frisse mensen die een beeld geven aan het fonds. Bij sociaal bekijk ik dan de benadering van Mirka naar mij, dus dat is prima. Transparant is echt absoluut een pluspunt. Ze hebben mij niet in het diepe gegooit. Dus bij actief samenwerken mag er wel een uitroepetekens bij. Ze zijn goed aan de weg aan het timmeren vind ik. Ze zijn van een relatief klein fonds zichzelf zichtbaar aan het maken.

• *Wat vindt je van deze lijst zelf heel belangrijk voor het fonds?*

Transparant vind ik absoluut met hoofdletters heel belangrijk. Dat ze dus echt doen wat ze zeggen en wat ze uit willen dragen en niet dat ze zoals bij Giro 555 voor Sri Lanka dat daar nog zoveel miljoen op staat voor dit en dat en voor vluchtelingen. Ik vind dat dat niet kan naar de mensen toe waarbij jij geld hebt opgehaald. Waarom komt het niet daar en laat je het jaren op de bank staan. Het moet in beweging blijven en die indruk heb ik van het fonds wel. Je mag reserves hebben, maar je moet uiteindelijk die reserves ook inzetten waar de mensen voor gelopen hebben.

• *Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?*

Ja. Ik vind wel dat ze dit vast moeten houden. Dat kost heel veel geld dat weet ik en realiseer ik me. Maar het draagt bij aan de naamsbekendheid en dat zit toch bij mensen tussen de oren. Wat ze vaker zien of voorbij horen komen op de radio dat blijft hangen. Als het wat stil is, al zou dat zijn om de kosten te drukken, krijg je toch een andere reactie van mensen.

• *De reclame van StrikZe was in september gelanceerd en niet heel lang terug te vinden. Dus jij zou willen en adviseren dat het fonds het hele jaar wat van zich te laten horen?*

Ja ik denk dat wel. Al is het een actie of een persbericht. Het maakt niet uit, maar gewoon gerelateerd aan het Spierfonds. Laat iets horen. Als er een leuke actie is geweest of een ontwikkeling kan je wat laten horen. Dankzij uw steun is dit en dit tot stand gekomen.

• *En waar zou je adviseren om dat te gaan plaatsen?*

Ja het is misschien niet mogelijk om alle plaatselijke dingen op de televisie te krijgen. Maar misschien is het toch wel leuk om via zoiets wat te doen of een grote krant. Of het dan maar niet doen en dan wel gaan voor een blokje voor het journaal. Ik realiseer me dat het heel veel geld kost, dus je moet wel echt met een statement komen. Maar misschien toch twee keer per jaar. Niet alleen in de week naar de collecte.

• *Het fonds staat voor bijna alle spierziekten, dus het is lastig om te kiezen voor bepaalde patiënten-ambassadeurs om in een campagne te laten zien. Zou je het goed of mooi vinden om alle patiënten-ambassadeurs naar buiten te brengen. Dan wel op een vriendelijke manier een feitje erbij.*

Ja precies. Kijk maar naar dat meisje die je hebt bij het Reumafonds, dat zielige muziekje kan nu wel af. Wat ik ook heel leuk vond, dat stond op Facebook, dat kindje was een patiënt ging zelf ook langs de deur.

Gedrag

• *Kunt u wat vertellen over het gedrag van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Het zou goed zijn als ze wat meer doen met scholen en daarbij ook aan hun bekendheid.

• *Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Sterk vind ik toch wel het transparante en de communicatie. Maar de communicatie kan aan de andere kant ook weer beter om wat vaker van jezelf te laten horen per jaar. Hoeft helemaal niet hoog te zijn, maar toch laten zien daar zijn we. Maar of dat nou echt zwak is, het kan denk ik beter. En nogmaals ik weet dat het heel duur is en je keuze moet maken. Ik vind het allemaal wel goed. Ik zou zeggen houd het een beetje vast dit concept met bekende mensen, maar laat wel zien hoe het tot stand is gekomen. Niet alleen in een krant of artikel, maar ook een keer in een landelijke campagne. Niet te lang en niet teveel tekst. Dan lopen mensen al snel weg om iets in te schenken in de keuren bijvoorbeeld. Gewoon echt bam en dan dat je erna denkt heel informatief. Maar ook niet dat je denkt gadverdamme, maar wel een middenweg dat die blijft hangen.

• *Ze zijn nu bij de collecte aan het kijken om het eventueel digitaal te doen, want je hikt soms misschien wel tegen mensen die zeggen ik heb geen contact geld. Hoe zou je daar over denken om het bijvoorbeeld op je social media te zetten en dat mensen daar kunnen doneren.*

O dat is een hele leuke. Ik denk dat dat zeker bij de jonge mensen aan zal spreken. Dan heb je gelijk nog een dingetje. Ik vind het een hele goede en ik denk dat je er ook wel wat mee ophaalt, omdat je in je eigen vriendenkring wat vraagt voor een goed doel. Dat zijn jouw vrienden en ik denk dat de invloed van social media is dat mensen niet snel zullen zeggen nou dat doe ik niet. Als je dan de reacties o is goed ziet, dan wil je daar niet buitenvallen of je moet een koude ziel hebben. Ik denk dat het goed is en dan bereik je ook een hele andere, jonge doelgroep dan als ik hier langs de deuren ga.

• *Ja aan de deur zijn ze vaak wat ouder denk ik?*

Ja klopt. Aan de deuren hier heb je vaak wat oudere mensen. Hier wonen geen studenten, dus dan bereik je een groep andere mensen.

• *Wat vertelt u aan een vriend of vriendin over het Prinses Beatrix Spierfonds?*

Dan zal ik een filmpje laten zien, kort en krachtig.

• *In ieder geval een positief verhaal over het fonds?*

Ja positief, maar ook confronterend van stel je voor dat. Wel een gezellige draai eraan geven. En bijvoorbeeld vragen of ze het statiegeld één keer willen afdragen. Als we dat allemaal een keertje doen, niemand voelt dat, maar alles bij elkaar is wel wat. Een filmpje zal ik ook op Facebook zetten.

Vorig jaar heb ik ook op Facebook gezet dat er collectanten zijn gevraagd en toen de collecteweek. Ik pas wel op dat ik niet teveel post hoor. Mensen geven of ze geven niet. Wat ook goed is dat ze een proef hadden met een pinautomaat.

• *Ja klopt inderdaad! Wat vond je daarvan?*

Goed. Ik snap dat het niet overal makkelijk te realiseren is, maar je hoort hier zo vaak dat mensen geen geld hebben of dat hun vrouw de portemonnee meenemen.

• *Heb je dat in deze buurt vaak?*

Ja en hoe dikker de buurt hoe vaker je het hoort. Bij Jan modaal hebben ze vaak een schaalpje met contant geld. Ik vond daarom nu de sms'jes ook goed.

• *Je bent daar wel een voorstander voor dus?*

Ja, maar het is nog steeds heel vrijblijvend. Mensen zeggen het je toe en dan is het niet zo dat ze dan meteen wat in de bus stoppen.

• *Stel u bent de baas van het fonds. Zouden er dingen zijn die u anders zou aanpakken?*

Even kijken. Dat is ook lastig, want wat ik nu weet en ervaar vind ik eigenlijk wel goed. Ik vind dat schoolpakket een hele positieve wending, maar ik heb het daar ook met Mirka over gehad. Ik zou ook best wel een keertje langs de scholen willen zijn, en dat hoeft geen uur te zijn, en dan wat meegeven op school. Een kleine promotie. De kinderen komen dan thuis met een ballon en dan zeggen de ouders al snel wat heb je daar? Maar het is niet alleen door het spreekbeurtpakket, maar wel om de jonge kinderen er bewust van maken. Maar ook in groepen waar nog geen spreekbeurt is, dan een verhaal houden. Al jongs af aan beginnen. Dat is heel simpel en daar wil ik me graag voor inzetten. Je moet het niet te lang zijn, want het zijn natuurlijk jonge kinderen. Houd het leuk en interactief. Dus ik denk dat ze daar nog wel wat aan kunnen peuten. Hang er een spelletje aan of doe iets met de wanten. De kinderen hebben misschien nog geen strikdiploma, verzin iets wat ze wel kunnen door middel van een spelletje. Dan bouw je niet alleen met het lespakket voor kinderen die al kunnen lezen en schrijven, maar via de jonge groep breng je het bij de zusjes en broertjes of ouders en die denken dan o je kan er ook een spreekbeurt over doen.

• *Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?*

Ja toch nog een beetje lobbyen. Ik denk dat dat gewoon heel simpel is. Voor het vinden van collectante hoorde ik ook al dat ze op een braderie stonden. Je maakt persoonlijk contact met mensen en je kunt ze wat laten zien en doen. Dan heb je misschien ook al een paar vooraanmeldingen van mensen die willen gaan lopen. Ik denk dat dat ook wel wat uitgebouwd kan worden, maar ook uitkijken dat je dan niet op een markt staat met bijvoorbeeld kraampjes voor een verkiezingscampagne. Niet mensen met een volle boodschappentas aanspreken, wel even kijken wat is handig. Dus ik kom toch ook weer bij die scholen. Ik heb zelfs vorig jaar een middelbare school benaderd waar mijn zoon opgezeten heeft. Daar heb ik gevraagd of de kinderen voor hun maatschappelijke stage collecte mogen doen. Of je nou in het verpleeghuis met de mensen omgaat, waarom zou je dan geen collecte mogen doen.

• *En wat zei de docent erop?*

Dat het mag in principe, maar het punt was dat hij zei dat die niet wist of hij ze daar enthousiast voor kan maken. Daarom moet je op jonge leeftijd de mensen al bewust maken van het collecteren en spierziekte. Dus als de kinderen twee uur collecteren, hoeven ze twee uur minder in een verpleeghuis.

• *Ik ben nog wel benieuwd naar je map, kan ik nog even een kijkje nemen?*

Ja, je ziet diverse berichten hier staan. Je ziet dat er wel wat minder tekst op de brieven kan staan waar je mensen mee kan trekken. Als je dit ziet hangen ga je ze toch niet lezen, misschien even snel.

• *Wat voor leeftijd loopt hier allemaal mee?*

Heel divers. Iemand van 18, 40ers, 50ers.

• *Goed om te horen. Het nadeel van het collecteren is dat het een beetje vergrijst.*

Ja dat klopt. Mensen van mijn leeftijd zie je wel dat die al jaren meelopen.

• *Hoeveel geld hadden jullie dit jaar opgehaald?*

Even kijken hoor. 690 euro met zeven mensen.

• *Dat is ook een mooi bedrag.*

Ja. Ik heb iemand hier lopen die altijd langs de boeren gaat, die geven namelijk altijd briefjes.

• *Heeft u zelf nog op- of aanmerkingen of een vraag?*

Nee niet meer eigenlijk.

BIJLAGE VII. ANALYSESCHEMA'S

In deze bijlage zijn de analyseschema's terug te vinden. Deze zijn gemaakt naar aanleiding van het interview. Dit is bruikbaar om een goed overzicht te hebben en conclusies uit te trekken. Bij elke vraag is er een label gehangen aan het antwoord van de respondent. Ook deze bijlage is het lettertype in achtpunts weergegeven. Resp.nummer betekent respondentennummer.

Analyseschema 1. Welke goede doelen kent u?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
KWF, Prinses Beatrix Spierfonds, ALS, SOS Kinderdorpen, Oxfam Novib	1	KWF, Prinses Beatrix Spierfonds, ALS, SOS Kinderdorpen en Oxfam Novib.
Greenpeace, Hartstichting, Kankerfonds, Nierstichting, Astmafonds	2	Greenpeace, Hartstichting, Kankerfonds, Nierstichting, Astmafonds.
Gambian Children First, Kankerfonds, Reumafonds, Chemotuin in ziekenhuizen en Rode Kruis	3	Gambian Children First, Kankerfonds, Reumafonds, Chemotuin in ziekenhuizen en Rode Kruis. Je hebt kleintjes en hele grote. Je hebt ook Amnesty natuurlijk. De kleintjes vind ik ook belangrijk.
Wereld Natuur Fonds, Kankerfonds, Astmafonds, Natuurmonumenten, vogels	4	Wereld Natuur Fonds, Kankerfonds, Astmafonds, Natuurmonumenten en ik geef aan vogels
Kinder Kanker, DPC, Hartstichting, Lever, Nierstichting	5	Kinder Kanker, DPC, Hartstichting, Lever en Nierstichting.
Unicef, Leger des Heils, Voedselbank, Jantje Beton, Rode Kruis, Kika	6	Unicef, Leger des Heils, Voedselbank, Jantje Beton, Rode Kruis en Kika.
Leger des Heils, SOS Kinderdorpen, Hartstichting, Longfonds, Nierstichting.	7	Ik heb van veel goede doelen gehoord, maar ik ken slecht een beperkt aantal namen. Zoals het Leger des Heils, SOS Kinderdorpen, de Hartstichting, het Longfonds en de Nierstichting.
Natuurmonumenten, Zeeuws Landschap, Diabetesfonds, Hartstichting, Rode Kruis	8	Ik vind natuur heel belangrijk. Natuurmonumenten, Zeeuws Landschap, Diabetesfonds, Hartstichting en het Rode Kruis. Maar je hebt natuurlijk ook Unicef en OXFIM Novib.
Hartstichting, Nierstichting, Greenpeace, Reumafonds, Blindengeleidehonden.	9	Hartstichting, Nierstichting, Greenpeace, Reumafonds en Blindengeleidehonden.
Koningin Willemmina Fonds, Spieren voor Spieren, Greenpeace, Hartstichting, Wereld Natuurfonds.	10	Ik ken er een hele hoop. Om te beginnen met het Koningin Willemmina Fonds met de kanker bestrijding, Spieren voor Spieren, Greenpeace, Hartstichting, Wereld Natuurfonds.
Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds, Kankerbestrijding, Brandwondencentrum, Nierstichting	11	Het Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds – daar loop ik ook voor, Kankerbestrijding, brandwondencentrum en de Nierstichting. Deze loop ik allemaal. Ik vind het allemaal heel belangrijk. Behalve de gewone dingen daar doe ik niks aan, maar de echte belangrijke dingen zoals de Nierstichting en de Hartstichting vind ik zo belangrijk allemaal.
KWF, Natuurmonumenten, Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds, Dierenbescherming.	12	KWF, Natuurmonumenten, Prinses Beatrix Spierfonds, Reumafonds en Dierenbescherming.

Figuur 26. Vraag 1: Welke goede doelen kent u?

Analyseschema 2. Welke goede doelen met een spierziekte kent u?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Pompe, OPMD, ALS, Polio	1	Pompe, OPMD – mijn zusje werkte bij iemand die dat had, ALS, en iets wat je na Polio hebt gehad.
Weinig bekendheid, vind dit wel een van de betere die naar buiten treden	2	Je leest wel eens wat, maar weinig bekendheid. Ik vind dit wel een van de betere die naar buiten treden.
ALS	3	ALS alleen eigenlijk.
ALS, Duchenne	4	ALS, Duchenne en dat was het.
Prinses Beatrix Spierfonds	5	Niet zo veel. Het Prinses Beatrix Spierfonds kende ik eigenlijk niet echt. Ik zou eigenlijk niet eens weten waarom ik heb gegeven.
Prinses Beatrix Spierfonds, MS	6	Prinses Beatrix Spierfonds en MS-research.
Spieren voor Spieren	7	Moet ik even goed nadenken. Ik ken ook nog Spieren voor Spieren.
Spieren voor Spieren, ALS	8	Spieren voor Spieren ken ik ook, maar die zijn meer gericht op kinderen en sporten. Die steun ik al jaren. En ALS.
Prinses Beatrix Spierfonds, ALS	9	Dat is het Prinses Beatrix Spierfonds en het ALS fonds wat bij mij het meest bekend is.
Spieren voor Spieren, Prinses Beatrix Spierfonds	10	Spieren voor Spieren en het Prinses Beatrix Spierfonds.

Er zijn verschillende	11	Ja er zijn verschillende. Dat is wel jammer. Daar wordt wel eens naar gevraagd, maar ik hoop dat er goed onderzoek gedaan wordt.
Duchenne, ALS, Pompe	12	Dat is dan het Reumafonds en spierziekte Duchenne, ALS, Pompe en dat was het.

Figuur 27. Vraag 2: Welke goede doelen met een spierziekte kent u?

Analyseschema 3. Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Genezing, onderzoek, dragelijker maken	1	Genezing / wetenschappelijk onderzoek. In ieder geval genezing of iets dat mensen kunnen leven met een spierziekte. Dat het dragelijker wordt.
Onderzoek, belang patiënt voorop stellen	2	Onderzoek en toch het belang van patiënt voorop stellen. Dat er wat aan gedaan wordt in ieder geval. De overheid doet er eigenlijk kennelijk niks aan. Helemaal niet. Dat is het eerste wat er in mij opkomt. Zij zetten zich in voor dit soort gevallen.
Onderzoek naar spierziekte	3	Ze doen van het geld wat ze ophalen onderzoek naar spierziekten die nog niet te genezen zijn. Maar ik heb er geen slogan bij of zo.
Onderzoek naar medicatie	4	Ze doen onderzoek naar medicatie om te kijken hoe ze het kunnen stoppen. Daar gaat denk ik het meeste geld heen.
Weet er weinig vanaf	5	Dat ik er weinig van af weet.
Mensen helpen met een spierziekte	6	Mensen helpen die leven met een spierziekte.
Steunen van research	7	Dat zou ik echt niet weten. Ik neem aan het steunen van research naar spierziekten.
Onderzoek	8	Het belangrijkste is voor mij onderzoek en hoe meer hoe beter. Er is nog zo ontzettend veel te ontdekken van ons lichaam. We zitten zo ingewikkeld en chemisch in elkaar.
Ziekte van mijn man, PSMA	9	De ziekte van mijn man. Mijn man heeft de spierziekte PSMA, dat is een broertje van ALS.
Steunen onderzoek spierziekte, minder prominent dan andere stichtingen	10	In één zin zie ik het fonds als het steunen van onderzoek naar spierziekten. En ten opzichte van andere goede doelen stichtingen zo van doe maar normaal en wat minder prominent aanwezig dan andere stichtingen, maar wel heel erg profilerend als we doen dingen low profile en we gooien geen geld over de balk. Dat is wel iets wat mij aanspreekt.
Onderzoek natuurlijk	11	Dat is het onderzoek natuurlijk. Dat vind ik ook belangrijk. Het onderzoek kost een hoop geld.
Onderzoek naar spierziekte, medicatie	12	In ieder geval dat ze het geld wat ze binnenkrijgen gebruiken om onderzoek te doen naar spierziekte. Hoe ze het kunnen verlichten of aangevaan kunnen maken voor mensen die eraan lijden. Om eventueel medicatie te ontwikkelen of om het globaal zo prettig mogelijk voor degene die er aan lijdt maken. Want het is onomkeerbaar en dan is het wel prettig om het voor mensen minder zwaar te maken denk ik.

Figuur 28. Vraag 3: Kunt u in één zin aangeven wat u denkt wat het belangrijkste doel is van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 4. Wat is uw reden om betrokken te zijn bij / te doneren aan het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Geen idee meer, affiniteit met zulke groepen	1	Geen idee meer, ik heb al na zitten denken maar ik weet het niet meer. Het is te lang geleden. Ik werk wel met mensen met een beperking. Dus mijn affiniteit zit wel bij zulke groepen. En echt wel de angst dat alles uitvalt. Het zal wel een spotje zijn geweest die zei je hart is ook een spier. En dat heeft mij heel erg aangegrepen.
Kleinzoon Joey heeft SMA	2	Het belangrijkste is dat onze kleinzoon Joey geholpen wordt. Hij heeft SMA dat is ook de reden waarom wij betrokken zijn bij het fonds. Maar we doen het ook voor andere kinderen natuurlijk. Als we het niet meer voor hem doen, dan helpen we andere kinderen in de toekomst en dat is ook belangrijk. Je leest ook over andere spierziekten, niet alleen over SMA wat verschrikkelijk is. Er zijn zoveel mensen die beperkt worden en dat lees je nu allemaal. Dus je blikveld wordt wel verruimd. Voor die tijd wist ik dat het er was, maar weet je niet hoe erg het is.
Radiospotje sprak aan	3	Ik ben eigenlijk door radiospotjes bij het fonds terecht gekomen. Dat sprak me zo aan vond ik zo erg dat dat niet opgelost werd. Ik heb dus niet echt een studie gemaakt van hun naamsbekendheid.
Komt acuut bij mensen, het idee dat het achtergesteld is voor onderzoek	4	Omdat het best wel acuut komt bij mensen en ik heb het idee dat het achtergesteld is voor onderzoek ten opzichte van KWF. Terwijl het misschien wel net zo erg is. Je kan er ook aan dood gaan en je leven kan zeer ondragelijk worden. Zeker als ik het verhaal hoor waar mijn zusje bij werkte. Dat vind ik super zielig. Die kan alleen nog maar plat liggen en die heeft een dochtertje. Ik kan daar niet tegen als daar bijna niets tegen is. Net zoals ALS, dan denk ik daar moet toch iets tegen te verzinnen zijn. Dan moet je daar onderzoek naar zijn.
Dat weet ik eigenlijk niet, mensen gekend met een spierziekte	5	Dat weet ik eigenlijk niet. Ik heb mensen gekend die een spierziekte hadden en het is een vreselijke ziekte en toen dacht ik van nou ik steun het deze keer.
Prinses Beatrix Spierfonds is betrouwbaar, verder helpen in onderzoek naar spierziekten	6	Omdat ik het Prinses Beatrix Spierfonds betrouwbaar vind en ik vind het prettig om een eenmalige gift te geven om zo eventueel verder te helpen in verder onderzoek naar spierziekten.
Weet ik niet meer, geef aan random goede doelen	7	Dat weet ik niet meer. Dat is al een tijdje terug. Ik geef random aan goede doelen. Dat doe ik dan eenmalig.

Dat weet ik niet meer, nare verhalen gehoord over ALS	8	Dat weet ik niet meer, dat kan ik mij ook niet meer herinneren. Ik heb er toen tien afgeschreven via de computer. Maar ik weet ook helemaal niet waar ze zitten, maar je hoort wel nare verhalen van mensen die ALS hebben waarbij hun leven snel is afgelopen. Je hebt ook nare spierziekten bij kinderen. Dus ik ga, nu jij al die moeite hebt genomen om hier heen te komen, wel weer inschrijven. Ik weet niet of ik dan mijn nummer moet doorgeven.
Spierziekte van mijn man, PSMA	9	Mijn man heeft de spierziekte PSMA, dat is een broertje van ALS.
Geen specifieke reden, wilde wat doen voor de maatschappij, op het goede moment gebeld door callcenter om te helpen	10	Eigenlijk geen hele specifieke reden. Ik ben benaderd of ik een bijdrage wilde leveren en ik denk dat het op het goede moment gevraagd is. Van goh zou je wat willen betekenen voor het fonds. En toen ben ik even gaan kijken wat alles inhoudt, maar het is niet dat ik een bepaalde binding had of dat ik iemand ken met een spierziekte. Het was met name de reden dat ik iets wilde doen voor de maatschappij en op dat moment kwam de vraag. Het was eigenlijk kijken of ik sta achter de wijze van werken van het fonds en of ik het eens was met de doelen. En dit was het geval. Ik ben benaderd via een callcenter waar ik random ben gekozen. En vervolgens heb ik contact gehad met de regiomanager Marja Beukers, die in dienst is van het Prinses Beatrix Spierfonds.
Er zijn bar weinig mensen	11	Nou er zijn nog maar bar weinig mensen. En dat vind ik zo jammer, want er wordt zo makkelijk over gedacht aan de deur ook. Ze zeggen dan er is iedere maand wat, ik stuur het wel op. Ik ben een vrouw die bijdehand is dat zeg ik je eerlijk, dus dan zeg ik aan de deur doe één euro ergens minder en doe één euro in de bus. Dan weet ik zeker dat ze wat doen, want ze komen overal zo makkelijk vanaf.
Bijdragen voor mijn medemens	12	Ik heb zelf spierreuma. Dat is niet te vergelijken, vaak komen er andere klachten bij. Maar ik ben door een auto ongeluk arbeidsongeschikt geraakt en ik wil gewoon iets bijdragen voor mijn medemens. Ik werd blind gebeld door Mirka of ik iets wilde betekenen voor het Spierfonds. Of ik organisator wilde worden voor Hedel. Naar uitleg heb ik eigenlijk niet getwijfeld. Dit raakt mij ook en spreekt mij aan.

Figuur 29. Vraag 4: Wat is uw reden om betrokken te zijn bij / te doneren aan het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 5. Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Goede communicatie, minder folders, twee keer per jaar	1	Naar mij als donateur vind ik het heel goede communicatie, want ze sturen best wel vaak een brief of een folder. Meer dan de andere doelen die ik steun, dus wat dat betreft vind ik dat goed. Het mag van mij zelfs wel wat minder. Ik lees het namelijk niet altijd moet ik eerlijk bekennen. Het mag van mij minder. Als je twee keer per jaar een folder krijgt is dat genoeg. Dan weet ik dat het geld goed besteed wordt. Het is gewoon netjes om je donateurs een beetje op de hoogte te houden. Ik krijg denk ik nu één keer in de drie maanden post. Dat vind ik zelf nog wat veel.
Bekendheid alleen via internet	2	Ik vind dat de bekendheid die wij kennen van het Prinses Beatrix Spierfonds is alleen via internet. Ik zie nooit iets op televisie. Niet iedereen heeft internet. En met name Facebook. Er zijn veel oudere mensen die hebben geen Facebook of geen internet en die weten absoluut niet waar het over gaat.
Goed, persoonlijk, geen reclame gezien	3	Nee ik heb dus persoonlijk iemand aan de telefoon gehad. Die deed het zo goed. Dat heeft me meteen zo getroffen en zo persoonlijk dat die mij belde, maar ik heb dus niet echt reclames gezien. Ik zou niet weten of ze op de televisie reclames doen. Ik heb zo'n idee dat alle goede doelen één week hebben waarin ze heel veel reclame mogen maken en mogen collecteren. Maar dat volg ik eigenlijk niet zo.
Niets ontvangen, geen nut	4	Volgens mij kun je aangeven of je dingen wil ontvangen en volgens mij zeg ik dan nee. Ik vind het heel belangrijk dat het er is en dat het moet gebeuren, maar het heeft voor mij niet heel veel nut om die dingen te lezen. Ik ga van die jaarverslagen bijvoorbeeld toch nooit lezen en vind het dan zonde om weg te gooien en voor de moeite.
Goed gevoel	5	Ik zit in een bepaald systeem denk ik en dan proberen ze het. Ik moet wel een goed gevoel bij het fonds hebben gehad, anders had ik het niet gedaan. Maar verder weet ik er eigenlijk heel weinig van.
Eenmalig acceptgiro ontvangen	6	Ik heb eenmalig die acceptgiro ontvangen en daarbij zat wat informatie en een brief.
Kan ik niet over oordelen	7	Ik weet niet meer honderd procent hoe ik met het fonds in aanraking ben gekomen. Daardoor kan ik hier niet over oordelen. Het moet goed geweest zijn op dat moment, anders had ik niet gedoneerd.
Herinner mij totaal niet meer hoe de communicatie destijds is geweest	8	Ik herinner mij totaal niet meer hoe die communicatie destijds is geweest met het Prinses Beatrix Spierfonds. Op enig moment is mijn aandacht dus getrokken. Of het misschien een reclame is geweest of een brief. Ik kan het mij niet meer herinneren.
Goed, enthousiast, welwillend	9	Ik heb één contactpersoon en daar heb ik gewoon goed contact mee. Ze is laatst een keer thuis geweest om kennis te maken. We hebben elkaar wel elke keer aan de telefoon, maar je kent elkaar natuurlijk helemaal niet. Verder heb ik op het congres Joanna ontmoet, die daar weer boven staat. Ze zijn allemaal heel enthousiast en welwillend, maar ze hebben allemaal waarschijnlijk wel een reden waarom ze daar zitten en allemaal iets mee spierziekten.
Low profile, prima, bescheiden	10	Naar mij toe is dat zowel telefonisch als via de mail, daarnaast heb ik ook zo'n Spierkrant. Verder is dat redelijk low profile. Het is niet dat zo dat ik pagina grote advertenties zie, die ik bij andere fondsen wel zie. Op zich vind ik dat ook prima, houd het maar gewoon een beetje bescheiden.

Hartelijk, geen reclames	11	Nou ze zijn allemaal heel hartelijk en de reclames vind ik allemaal zonde van het geld. Er komt ook een hoop in het zakje van andere mensen. En daar ben ik een oude vrouw voor en dat vind ik zonde. Want de bussen bijvoorbeeld zet ik allemaal op zolder, want dat mag niet opgestuurd worden dat vind ik zonde van het geld. En verder zou ik het niet weten. Ik vind het wel mooi dat je een week van te voren het allemaal ziet op de televisie. Dat vind ik al heel wat, maar een andere reclame denk ik niet dat het veel baat zal hebben.
Heel goed, leuk spotje	12	Dat vind ik wel heel goed. Ze hebben vorig jaar een heel leuk spotje gedaan met Jan Kooijman onder andere en die ovenwanten. Dat vind ik wel heel goed. Er is een Facebookpagina en daar wordt van alles gedeeld. Een school haalt flessen op en doneert dan. Dus de communicatie vind ik heel goed.

Figuur 30. Vraag 5: Kunt u wat vertellen over de communicatie van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 6. Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
E-mail, Spierkrant	1	E-mail of Spierkrant. Met digitaal kan je altijd zelf nog kiezen of je het leest of niet.
Het krantje	2	Nee, want als je het krantje goed leest wordt je goed op de hoogte gehouden hoor. Het is echt het Spierfonds en niet alleen SMA.
Is goed zo	3	Nee is goed zo.
Ik ga het niet lezen, documentaire	4	Ik weet dat ik het niet ga lezen. Je vraagt net aan mij wat belangrijke dingen zijn. Dan vind ik bijvoorbeeld dat programma je zal het maar hebben om daar een samenwerking mee aan te gaan. Zodat je mensen met een spierziekte in een kleine documentaire kwijt kan en zo het verhaal goed overkomt. Dat vind ik nou wel interessant. Maar zo'n krantje met feitjes enzo ga ik niet zo snel lezen.
Maakt niet uit hoe als het maar overkomt	5	Het maakt niet uit hoe als ze maar duidelijk maken aan de burger wat ze doen. Misschien zijn er wel andere mensen die er heel veel van weten, maar ik weet er dus weinig van. En met mij zullen er heel veel andere mensen zijn. Van veel organisaties krijg je informatie en soms is het helemaal niet leuk om te lezen. Je moet mensen ook gelijk triggeren om het te lezen.
Internet	6	Dan vind ik internet de prettigste manier. Dit is het meest vrijblijvend en dan kan ik zelf bepalen of ik er wel of niet naar kijk.
Liever geen informatie	7	Ik zou liever geen informatie willen ontvangen, mijn mailbox stroomt al helemaal over.
Aan het begin post, bij donateurschap e-mail	8	Aan het begin wil ik graag per post iets ontvangen. Mensen ontvangen tegenwoordig weinig post en veel meer e-mail. Zo trek je dan de aandacht. Na de donatie zou ik een bedankbriefje sturen, dat hoeft niet duur te zijn, maar dan onthouden mensen je wel positief. Als iemand donateur is zou ik wel een e-mail willen ontvangen. Misschien kunnen mensen dit dan zelf aangeven. Het is ook goed om bij zo'n postbrief met acceptgiro informatie te doen over het fonds. Niet zo'n glossy magazine, maar wel iets met informatie.
Boekje is confronterend maar ik lees het wel	9	Ik krijg volgens mij één keer in de drie maanden een boekje waar alle wetenswaardigheden in staat waar ze nu mee bezig zijn. Dit krijg ik ook elke keer op de mail als je wil. Het is wel heel confronterend, maar ik zou het toch onder ogen moeten zien. De eerste boekjes die kwamen gingen gelijk de laatjes in. Mijn man wilde het helemaal niet zien. Wéér zo'n ding bij de post ging het toen, maar ik lees het dan wel.
Op dit moment prima zo	10	Ik vind het op dit moment prima zo. Ik heb niet ontzettend behoefte aan meer informatie en het is met name rond de collecteweek dat het fonds daar misschien iets meer mee kan of meer bekendheid kan krijgen.
Ik heb zoveel narigheid aan mijn hoofd en heb er geen tijd voor	11	Zou ik jou wat vertellen? Ik heb zoveel narigheid aan mijn hoofd dat ik dat helemaal niet wil. Snap je wat ik bedoel? Ik doe dit, omdat ik het belangrijk vind. Nu is mijn man weg en dan kan ik wat doen. Ik heb een groot huis en een grote tuin. En als mijn man thuis is moet ik naast hem zitten. Dus dat zijn dingen waar ik allemaal geen tijd voor heb. Ik lees geen kranten. Ik bekijk één keer per dag het nieuws en dat is genoeg. Van het Reumafonds krijg ik ook allemaal rommel en ik heb daar gewoon geen zin in.
Spierkrant, Facebook en eventueel mail	12	Eigenlijk allebei. De Spierkrant, via Facebook en eventueel een mail van we hebben iets nieuws.

Figuur 31. Vraag 6: Op welke manier zou u informatie willen ontvangen van het Prinses Beatrix Spierfonds? En waarom?

Analyseschema 7. In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, mail etc)		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Op zich prettig, interesse in waar ze mee bezig zijn	1	Je leest in de Spierkrant ook casussen, dat vind ik op zich prettig. Wat ik zelf prettig vind is om te lezen waar ze mee bezig zijn en als er vorderingen zijn wat ze dan zijn. Of als er iets nieuws bedacht is om op die manier te onderzoeken of als er een medicijn is dat je laat weten hoe het uitpakt. Dat vind ik prettig. En echt casussen over mensen die ziek zijn, het is niet echt dat ik daar vrolijk van word. Ik steun het wel, maar juist omdat ik weet dat dat er is. Ik hoef er niet perse mee geconfronteerd te worden, omdat ik het al zelig genoeg vind.

Ontvangen de Spierkrant en lezen de meldingen via Facebook	2	Wij ontvangen de Spierkrant en die lezen we ook. Ik lees natuurlijk alle meldingen via Facebook sowieso. Die deel ik ook en die mensen bekijken het ook. Maar of het effectief is qua donaties dat kan je natuurlijk niet controleren.
Nieuwsbrief per e-mail af en toe	3	Ik geloof een nieuwsbrief per e-mail af en toe. Niet vaak.
Facebook interessant, geen krant vol maar korte feitjes	4	Ik vind dingen op Facebook bijvoorbeeld wel interessant. Dat zijn korte feitjes, maar niet een hele krant vol. Ik zou zo een weetje interessant vinden en dat is ook iets wat je kan doen bij het station. Als je een poster met een herkenbare foto, een eigen stijl, en daarbij een weetje. Daarmee zorg je voor een snellere bekendheid. Je zorgt dan voor een fotograaf die iedereen fotografeert, zodat je een herkenbaar iets terug ziet. We leven in een hele korte maatschappij met een korte aandacht. Dus je moet ze snel zien te pakken met je aandacht. En zeker als je zelf niets hebt met spierziekte.
Niet iedere paar weken een krantje of een verzoek	5	Er is wel iets wat ik een beetje gek vind van bijvoorbeeld Alzheimer. Ik krijg er zoveel post van, besteed dat geld dan aan onderzoek. En stuur me niet iedere paar weken weer een krantje of een verzoek, dat vind ik gewoon zonde van het geld. Ik zou er nu wel iets meer van willen weten, maar ik hoef niet maandelijks of ieder kwartaal weer een heleboel informatie te hebben. Er veranderd toch niet veel, ze zijn bezig met een onderzoek en dat loopt. En daar vertrouw ik op dat ze het goed doen.
Voldoende	6	De informatie die ik ontvangen heb destijds vond ik voldoende.
Geen informatie ontvangen	7	Ik heb geen informatie van het fonds ontvangen, ook niet aan het begin. Dit is waarschijnlijk via een collectant geweest in de collecteweek, dus ik heb hier geen mening over.
Korte toelichting spierziekte	8	Ik zou een korte toelichting willen hebben over spierziekten en wat het fonds doet en waar ze voor staan. Ook wat ze al bereikt hebben.
Voldoende	9	Nee, volgens mij is dat wel voldoende. Want wat ze weten dat laten ze je weten.
Spierkrant wel informatief	10	De Spierkrant vind ik wel informatief.
Ontvangt geen e-mail of Spierkrant, communicatie harstikke goed	11	Ik ontvang geen e-mail, want ik heb geen computer en verder ontvang ik ook geen Spierkrant. De communicatie met het fonds en met de regiomanager verloopt harstikke goed of via de telefoon of in het echt. Daar heb ik echt leuk contact mee. Die komen ook af en toe langs.
Informatief en ook actueel	12	Ja die vind ik wel informatief en ook actueel. Niet alleen we gaan het zo en zo doen. Bijvoorbeeld het gedoe met de Alpes D'huez waar gedoe was met geld. Want het Kankerfonds zit voor de collecteweek van het Spierfonds en dat is niet zo leuk. Wij hebben toen een hele handleiding gekregen in de vorm van folders van als mensen zeggen als het één pot nat is. Het Spierfonds heeft boekjes waarop de verantwoording van de geld bedragen staan. Dit gaat daar heen en dit gaat daar heen. Harstikke mooi. Er staat zelfs vermeld wat de directeur verdiend. Dat vind ik heel transparant. Dat heb ik bij KWF nog niet gezien. Ze zijn heel open en hebben zo min mogelijk vast personeel, ze draaien verder vooral op vrijwilligers. Loonkosten zijn bijna de meeste kosten bij een bedrijf. Daar zijn ze heel open in en dat vond ik zo geweldig. Als je dan nog niet overtuigd bent dan gaat het gewoon niet lukken dan wil je niet.

Figuur 32. Vraag 7: In hoeverre vindt u de informatie die u nu ontvangt van het Prinses Beatrix Spierfonds voldoende en informatief? (Spierkrant, mail etc.)

Analyseschema 8. Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur /comitélid communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Idee van blijk van waardering, niet bellen voor extra donatie	1	Jawel, met die folders. Ik heb wel het idee dat ik een blijk van waardering krijg. Ik weet niet of het fonds het doet, maar KWF doet het wel. Dat schiet bij mij in het verkeerde keelgat. Dat je al steunt en dan bellen ze of je meer wil geven of ze sturen een brief. Daar kan ik heel slecht tegen. KWF doet dat zeker en dat is iets waar ik op afknap. Als je mij twee keer per jaar een folder stuurt met daarin bedankt voor uw steun, want dat staat er altijd in en dan erbij dit en dit doen we met uw geld. Dan ben ik al snel tevreden. Je steunt een goed doel niet om aan de lopende band aan credits te krijgen.
Ontvangen nooit post, alleen elektronisch en Spierkrant	2	We krijgen eigenlijk nooit post. Alleen elektronisch en een Spierkrant.
Oke, andere manier informatie	3	Op dit moment vind ik dat wel oke, omdat je zelf kan aangeven of je wel of geen informatie wil ontvangen. Verder zou ik dan misschien zoals ik al heb aangegeven op een andere manier informatie willen ontvangen.
Waardering is er altijd	4	De waardering is er altijd, maar ik heb niet een bepaald idee daarbij. Ik interesseert mij ook niks, laat ze het geld alsjeblieft besteden aan onderzoek. Ze moeten werven dat snap ik natuurlijk wel, maar als ze maar niet gaan nabellen voor extra donaties of meer doneren.
Helpt als je iemand kent met een spierziekte, wil mij niet vastleggen	5	Ik denk dat het helpt als je iemand in je omgeving kent die een spierziekte heeft. Dan ben je meer betrokken en ben je meer geneigd om het te doen. Maar zoals ik zeg; je hebt zoveel aanvragen en dan denk ik weer eentje erbij. Dat gaat in de hoop. Als je er niet zoveel hebt, zal het makkelijker zijn. Maar ik steun al iets van tien dingen regelmatig. Dat vind ik al een hele boel, dus ik ga het gewoon niet doen. Ik wil mij gewoon niet vastleggen.
Niet van toepassing	6	Dit is niet van toepassing op mij.
Niet van toepassing	7	Niet van toepassing op mij.

Bedankbrief ontvangen naar aanleiding van mijn donatie	8	Ik zou wel een bedankje willen ontvangen naar aanleiding van mijn donatie. Dan was mijn aandacht getrokken en was ik vaste donateur geworden.
Contact is spontaan	9	Of het anders is weet ik niet. Ik heb eigenlijk contact met Carola en dat is heel spontaan met een hele vlotte babbel. Gewoon een harstikke leuk mens en als er wat is dan bel ik.
Goede communicatie	10	Ja, ik merk dat er goed gecommuniceerd wordt. Ik heb het overgenomen in Alkmaar van een ouder echtpaar die dingen toch op een andere manier organiseerde. Ze hadden een vaste groep van collectanten die aardig aan het vergrijzen was. En we zijn nu bezig om nieuwe mensen te werven voor het collecteren. En vanuit het Spierfonds, vanuit Den Haag dan, word ik goed ondersteund. Het oudere stel deed de collecte in heel Alkmaar en ik coördineer nu Alkmaar. We zijn bezig om te kijken of we meer wijkhoofden erbij krijgen, zodat we wat meer kunnen collecteren in die plaats. Dat is wel een van de dingen; het Spierfonds heeft geen landelijke dekking qua collecte. Dat is op zich wel jammer. Dus daar zou je nog winst kunnen behalen.
Harstikke hartelijk	11	O jawel, ze zijn harstikke hartelijk. Echt waar. Zoals ik zei met Nieuwjaar altijd een kaartje en we hebben harstikke leuk opgehaald. Dan krijg ik nog een kaartje na. Dan vind ik het allemaal prima. Er is een blij van waardering. Altijd een leuke brief van je hebt het goed gedaan en dit en dat. In juni komen we weer bij elkaar en dan gaan we alles bespreken voor de collecte. Dan ga ik ook gelijk aan de slag. Dat vind ik ook zo prettig van het Spierfonds. Dat is in september en het Reumafonds is in maart. Vorig jaar liepen we in de sneeuw en is het al heel snel donker. Dat heb je hier wel als het al donker is doen de mensen niet meer open.
E-mailberichten en directe berichten	12	Ja. Dat zijn die e-mailberichten en de directe berichten aan mij. Ik kan ook direct in het collecteteweekebestand. Daar staan ook heel veel gegevens in en daar kan ik zelf ook dingen invoeren. Ik krijg wel informatie die ik wel mag doorspelen aan de collectanten. Zoals ik net zei over het KWF, dat de collectanten iets weten over hoe transparant is. Ik krijg denk ik wel meer informatie dan die mensen die ik een paar weken van te voren vraag om mee te helpen met collecteren. Ik heb zelf ook al veel gelobbyd met de spandoeken en de posters. En dan merk ik wel aan de deur dat ze zeggen o dat heb ik gezien.

Figuur 33. Vraag 8: Hoe vindt u dat het Prinses Beatrix Spierfonds naar u als donateur / comitélid communiceert? En hoe kan het fonds zichzelf daarin verbeteren?

Analyseschema 9. Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten op de televisie gezien of radio gehoord? Zo ja, wat vond u ervan?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Ja	1	Even kijken, nee. Ja nou je het zegt, staat me toch iets bij. Jawel. Ik zit even te kijken. Komt mij toch wel bekend voor. Ik ken hem met Jan Kooijman en niet met René van Kooten. Als je toch een bekend iemand hebt, zal ik ook Jan Kooijman gebruiken. De reclame staat mij in ieder geval bij.
Ja	2	Ja dat heb ik gezien. Daarmee laat je goed zien wat het is. Ik heb het geprobeerd, dat was heel moeilijk.
Nee	3	Is me helemaal niet opgevallen. Wel heel goed verder.
Ja	4	Nee. O jawel trouwens. Ik weet het weer. Ik heb die wanten besteld en toen werd ik gebeld of ik donateur wilde worden. Zo is dat gegaan. Zo lang ben ik dus ook niet donateur.
Vaag	5	Ik kan mij herinneren dat ik iets vaags gezien heb, maar niet heel bewust.
Nee	6	Nee ik heb dit niet gezien.
Nee	7	Nee heb ik niet gezien. Ik snap het idee van de reclame. Het valt wel op met de oranje wanten, maar ik heb het niet gezien. Het is wel duidelijk wat het fonds ermee bedoeld.
Nee	8	Nee heb ik niet meegekregen. Ik kan het mij niet herinneren hoor, maar op zich zelf vind ik het een hele mooie reclame. Een reclame is vaak vervelend. Als je het nu zo vertelt en ik zie de foto's dan vind ik dat wel heel sprekend. Je kan er bijna niet goed onderuit, de manier is heel goed. Wel confronterend en niet zielig.
Ja	9	Op zich vond ik het een hele goede reclame. Ik denk dat het heel goed aangeeft hoe mensen zich voelen. Mijn man zegt ook mijn hoofd wil het wel, maar mijn vingers doen het niet meer. Mensen moeten het maar eens proberen met een paar wanten je veters strikken. Dat gaat gewoon niet.
Nee	10	Nee heb ik niet gezien volgens mij. Ik heb wel Jan Kooijman een keer op de radio gehoord, maar deze kan ik mij niet herinneren.
Nee	11	Dit vind ik nou een hele mooie reclame. Maar wie zou als je dit nou door de deur krijgt inkijken?
Ja	12	Vond ik heel goed. Ook heel confronterend, maar dat is uiteraard de bedoeling. Mensen als je zegt spierziekte, gaan mensen toch snel zelf een beeld vormen. Ze weten niet wat ze daarbij moeten voorstellen. Met deze reclame is het goed te zien dat het moeilijk is om je veters te strikken of je knoopjes los te maken. Alleen kan jij ze weer uit doen, maar iemand met een spierziekte kan dat helaas niet. Dus heel confronterend, maar op een vriendelijke manier. Dus niet de zielige hondjes en ezeltjes reclame.

Figuur 34. Vraag 9: Heeft u de commercial van 'StrikZe tegen Spierziekten' op de televisie gezien of radio gehoord? Zo ja, wat vond u ervan?

Analyseschema 10. Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Typisch en herkenbaar, de kleuren zeker	1	Ik vind het logo typisch en herkenbaar. De kleuren zeker. Dit poppetje dat onthoud ik niet. De kleuren onthoud ik en weet ik wel waar het over gaat. Het is een bewegend poppetje dat zie ik, maar heb er geen associaties bij.
Prettig en mooi, het leest makkelijk en kleuren vallen op	2	Ik vind het prettig en mooi. Het leest makkelijk en het valt op. De kleuren vallen op. Ik vind het logo opvallend genoeg en het is een mooi geheel.
Netjes	3	Ik vind het wel netjes. Zo'n logo is altijd moeilijk. Ik vind het wel netjes. Je kan het op verschillende manieren uitleggen.
Poppetje zegt niks	4	Bij de kleuren staat oranje voor goedkoop toch? Ik vind het poppetje in het logo niks zeggen voor mij. Het is heel levendig en het Spierfonds is eigenlijk dat je het niet kan gebruiken. En dan staat er krachtig tegen spierziekte en dan denk ik oke, maar ik vind niet dat het een link heeft met spieren.
Mooi en duidelijk	5	Ik vind het een mooi en duidelijk logo.
Doelstelling overeen, duidelijk, fijn gevoel	6	Als ik zo naar het logo kijk, vind ik dat hun doelstelling goed overkomt. De kleuren zijn duidelijk en geeft een fijn gevoel. Daarnaast zie je aan het poppetje dat die wil bewegen, wat ik goed vind.
Gaat over spieren	7	Dat het over spieren gaat.
Logo herken ik en erg sprekend, kleuren goed	8	Het logo herken ik wel. Ik vind het logo erg sprekend. De kleuren zijn ook goed. Ik vind het op zich zelf goed en zou het niet aanpassen.
Simpel tekentje, maar heel krachtig	9	Het is sowieso aan Prinses Beatrix verbonden, vandaar het oranje. En ik denk op zich is het een heel simpel tekentje, maar het is wel heel krachtig. Het is echt, zo zie ik het dan, als iemand die heel uitgestrekt danst of springt. Een krachtig iets en dat is eigenlijk ook wat ze zeggen krachtig tegen spierziekten.
Toevoeging Spierfonds duidelijk	10	Ik vind de toevoeging Spierfonds wel duidelijk, dat maakt het een stuk duidelijker. Voor de rest zou ik niet echt zeggen van dit is duidelijk. Ik zie duidelijk dat het voor spieren is en beweging zie ik in het logo.
Prima, heel mooi en duidelijk logo	11	Ik vind dat prima. Ik vind het een heel mooi logo. Ik vind het een heel mooi, duidelijk logo. Het poppetje geeft goed aan dat er beweging in zit.
Mooi opvallend blauw en oranje, nu krachterig, duidelijk en kleurrijk	12	Het is mooi opvallend oranje blauw. Het is veranderd he? Ik vind hem nu krachtiger. Mooi, duidelijk, kleurrijk. Niet te vaag dat het bijvoorbeeld niet binnenkomt. Ik vind het een mooi logo.

Figuur 35. Vraag 10: Wat komt er in u op als u het logo van het Prinses Beatrix Spierfonds ziet?

Analyseschema 11. Heeft u de website van het Prinses Beatrix Spierfonds bekeken? Wat zou u graag op de website willen zien?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Nee, onderzoeken en wat ze doen als fonds	1	Nee. Wat over de onderzoeken en wat ze doen en hoe ze zijn als fonds.
Ja, overzichtelijke website	2	Ja zo vaak. Het is een overzichtelijke website. Ik vind dat ze het harstikke goed doen. Ik zou geen verbeterpunt weten momenteel.
Nee, wat ze doen, weinig tekst en niet te groot	3	Nee eigenlijk niet. Wat ze doen en hoe ze op dit moment aan het doen zijn. Niet te veel tekst en niet te groot.
Ja, overzicht spierziekte	4	Ja ik heb de website wel eens bekeken, maar het geheugen laat mij in de steek. Dat ze een overzicht van spierziekten hebben staan wat overzichtelijk is.
Nee, onderzoeken	5	Nee heb ik niet gedaan. Dat ze vertellen wat ze doen en hoe de onderzoeken lopen.
Nee, wat ze doen, overzicht acties	6	Ik heb hier geen kennis van, dus ik kan hier geen oordeel over geven. Ik heb de website nog nooit bekeken en weet verder niet wat de huisstijl is van het fonds. Wat het fonds op dit moment doet. Een overzicht van de acties misschien.
Nee, waar ze voor staan, wat ze doen	7	Nee nog nooit gezien. Waar ze voor staan en wat ze doen dat vind ik goed als je dat gelijk ziet.
Nee, wat ze doen	8	De website heb ik nog nooit gekeken nee. Maar nu ik donateur ga worden dan ga ik wel regelmatig kijken. Ik zou het dan wel prettig vinden om wat te lezen waar ze precies voor staan en wat ze nu aan het doen zijn. Als ik wist dat je dit zou vragen, dan had ik de website wel even bekeken.
Ja, overzicht acties	9	Ja die heb ik bekeken. Dat vind ik een lastige vraag. Misschien een overzicht van de acties wanneer wat is. Dan is de collecteweek ook al eerder terug te zien op de website. De actie die als eerst komt misschien extra toelichten.
Ja, toegankelijk	10	Dat heb ik wel eens bekeken ja, maar niet dagelijks eigenlijk. Wat ik graag op een website zou willen zien. Ik vind het sowieso belangrijk dat het een toegankelijke website is. Verder weet ik dat eigenlijk niet.
Nee, geen internet	11	Nee dat klopt. Dat weet ik echt niet. Ik ben niet van het internet.
Ja, laagdrempelig en snel	12	Ja eigenlijk ook heel duidelijk en laagdrempelig en snel. Het is een duidelijke site om je informatie te kunnen vinden. Ik zou het goed vinden als ze de acties aankondigen en dat ze voor de mensen van buitenaf wat vertellen over de organisatie. Een duidelijk en overzichtelijke website, maar dat vind ik nu al dat die laagdrempelig en snel is.

Figuur 36. Vraag 11: Heeft u de website van het Prinses Beatrix Spierfonds bekeken?

Analyseschema 12. Kunt u aangeven wat u de vier kernwaarden vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Wetenschappelijk onderzoek, medicatie, ontwikkeling, vooruitgang	1	Wetenschappelijk onderzoek, medicatie, ontwikkeling of vooruitgang en beter maken / leefbaar maken voor de patiënten.
Onderzoek, medicijnen, ontdekken, geld	2	Onderzoek naar of voor medicijnen. Het ontdekken van medicijnen. En dat er veel geld nodig is.
Spierziekte, genezing	3	Ze komen op voor de mensen die een ziekte hebben en die niet te genezen is.
Spierziekte, wetenschap, tegengaan, hulp	4	Spierziekte, wetenschap, tegengaan en hulp.
Belangrijk onderzoek, goed doel, geld inzamelen	5	Een van de goede doelen die met een belangrijk onderzoek bezig is. Ik ben van mening dat het goed is dat die fondsen bestaan om het waar te maken, maar verder zegt het fonds mij dus weinig. Ik vind het wel goed dat er organisaties bestaan die geld inzamelen, omdat er van de overheid niks komt. Dat gebeurt helaas niet, dus dan moet je als burger geld brengen.
Betrouwbaar, mensen helpen, spierziekte	6	Ik zou niet weten wat de kernwaarden zijn van het fonds. Ik vind ze betrouwbaar overkomen en ik weet dat ze mensen helpen met een spierziekte.
Onderzoek, spieren	7	De kernwaarden zou ik niet weten en vier woorden die in mij opkomen vind ik ook heel lastig. Dan zou ik toch gaan voor onderzoek en spieren. Verder ken ik het fonds niet goed genoeg.
Onderzoek, medicijnen, recreatie, uitjes	8	De kernwaarden van het fonds is het onderzoek. Onderzoek naar het ontstaan en ook onderzoek naar het vinden van medicijnen. Dat vind ik zelf ook het meest essentiële. Wat ook leuk kan zijn om mensen die niet meer uit kunnen dat daar iets aan recreatie wordt gedaan. Dat er voor die mensen ook een leuk uitje geregeld wordt.
Kundig, onderzoek, collecteren, hoop	9	Kundig, onderzoek, collecteren en hoop. Heel veel hoop. Meer heb je niet, je hebt geen houvast.
Wetenschappelijk, transparant, low profile, deskundig	10	Wetenschappelijk, transparant, low profile en deskundig.
Onderzoek	11	Dat zou ik niet weten, dat vind ik zo moeilijk. Het is heel belangrijk dat ze onderzoek doen. Dat is iets waar ik vooral aan denk.
Transparant, spieren, ziekte, dromen	12	Voor mij is dat transparantie, spieren, ziekte en dromen.

Figuur 37. Vraag 12: Kunt u aangeven wat u de vier kernwaarden vindt van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 13. Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Ja	1	Ja dat vind ik zeker kloppen. Innovatief wat je zegt dat zou ik niet weten. Misschien kunnen ze daar nog wat meer mee, want dat weet ik niet. Dat is denk ik wel iets waar je als fonds credits mee krijgt.
Denk het wel	2	Ik denk het wel. Op Facebook en hun website staat wel alles. Ik denk dat ze heel goed bezig zijn.
Ja	3	Ja het is heel belangrijk dat het jaarverslag op de website staat, zodat je kan zien waar het geld naartoe gaat. Ik zie de kernwaarde verder wel overkomen, maar sociaal en communicatief weet ik niet zo goed. Ik ga in al die dingen mij niet ontzettend verdiepen, omdat ik het niet allemaal hoeft te weten.
Innovatief nee	4	Innovatief waarom? Nee dus. Voor het actief samenwerken ben ik wel voor.
Weet ik niet zo goed	5	Dat weet ik niet zo goed. Ik vind het wel belangrijk dat ze samenwerken met andere fondsen die op soortgelijk terrein ook bezig zijn en met bepaalde onderzoekscentra. Verder weet ik er te weinig van om daar een oordeel aan te hangen. Het is die onbekendheid.
Weinig ervaring	6	Ik heb hier nog te weinig ervaring mee om hier een oordeel over te geven.
Geen gedachte	7	Ik mag hopen dat dat zo is. Heb daar geen gedachtes verder over.
Transparant meer	8	Transparant kunnen ze nog wel meer aan doen natuurlijk. Ze tonen niet dat ze transparant zijn. Ik ga er namelijk wel meteen vanuit dat ze transparant zijn, maar ze moeten iets meer aan de weg timmeren.
Ja absoluut	9	Ja absoluut. Ik denk dat ze dat zeker zijn.
Dekken de lading	10	Wat ik met name belangrijk vind is transparant. Dat is namelijk iets wat je bij veel goede doelen hebt; van wat verdient de directeur? Het jaarverslag staat op de site, dus ik bedoel wat dat betreft is het heel transparant. Deskundig daar ga ik vanuit, maar dat is op zich moeilijk controleren of toetsen van; is dat ook echt zo? Zo komen ze wel op mij over. De kernwaarden dekken de lading wat mij betreft.
Ja	11	Daar ben ik het mee eens ja. Dat heb ik allemaal op ja gezet. Zo komt het bij mij over, dat lijkt mij wel. Als je negatief bent kan je niets verkopen aan de buitenwereld. Dan lukt het ook niet aan de deur. Als iemand het niet naar zijn zin heeft of voor zijn plezier doet, moet je het ook zeker niet doen.
Ja	12	Ja. Ik vind wel dat ze dit vast moeten houden. Dat kost heel veel geld dat weet ik en realiseer ik me. Maar het draagt bij aan de naamsbekendheid en dat zit toch bij mensen tussen de oren. Wat ze vaker zien of voorbij horen komen op de radio dat blijft hangen. Als het wat stil is, al zou dat zijn om de kosten te drukken, krijg je toch een andere reactie van mensen.

Figuur 38. Vraag 13: Als ik u nu vertel dat de kernwaarden van het Prinses Beatrix Spierfonds deskundig, innovatief, transparant en actief samenwerken is. Vindt u dit dan passen bij het fonds? Waarom wel of niet?

Analyseschema 14. Wat vindt u zelf heel belangrijk waar een fonds aan voldoet?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Identiteit	1	Waar ze voor staan. Mijn dochter krijgt bijvoorbeeld geld om aan de deuren te gaan collecteren. Wij zijn van een andere generatie en vinden dat heel raar. Ik vind dat eigenlijk niet kunnen, vind dat wel jammer. Het zou mooi zijn als het weer een beetje zou komen dat mensen aan de deur gaan omdat ze zelf betrokken zijn.
Betrouwbaar, deskundig, transparant	2	Ik vind betrouwbaar en deskundig belangrijk bij een organisatie. Transparant ook natuurlijk.
Duidelijk communiceren over geld	3	Ze moeten duidelijk communiceren wat ze doen met hun geld en wie erachter zit. Dat vind ik het allerbelangrijkste natuurlijk, want dan weten we niet waarnaar het verdwijnt. Dat geloof ik ook wel, want je kan het zien op de website. Dat ze het geld in ieder geval wel goed besteden, dat vind ik belangrijk.
Onderzoek, betrouwbaar	4	Dat ze onderzoek doen en betrouwbaar zijn. Uiteindelijk geef je geld voor het onderzoek en het medicijn.
Onderzoek	5	Ik vind het heel belangrijk dat ze onderzoek plegen naar de oorzaak. En ik vind het heel belangrijk dat ze iets doen om het te bestrijden, zodat er uiteindelijk geneesmiddelen zijn.
Betrouwbaar, transparant	6	Dan zou ik toch wel gaan voor betrouwbaar en transparant. Je hoort tegenwoordig zulke gekke verhalen bij fondsen dat mensen geld achterhouden of niet goed besteden en daar krijg ik wel een onprettig gevoel bij.
Vriendelijk, onderzoek, transparant	7	Dat ze vriendelijk zijn. Dat ze onderzoek doen en transparant te werk gaan. Dat vind ik het belangrijkste wel eigenlijk.
Transparant, gestelde voorwaarden	8	Transparantie vind ik heel belangrijk en wetenschappelijk ook. Ook vind ik het heel belangrijk dat ze zich aan de gestelde voorwaarden houden en volgens de wet. Zoals de Kamer van Koophandel. Dat is allemaal wel belangrijk voor een fonds. Als blijkt dat ze dat niet doen dan verlies je natuurlijk ook vertrouwen. Maar daar is bij het Spierfonds absoluut geen sprake van. Ik heb echt volledig vertrouwen erin, maar ik vind toch dat ze zich bekender moeten maken. Ze moeten meer communiceren en iets meer van zichzelf moeten laten zien. De krantjes lijkt mij heel goed. In Nederland werkt het zo wie het hardste schreeuwt, krijgt de meeste aandacht.
Betrouwbaarheid, deskundig	9	Wat ik heel belangrijk vind is betrouwbaarheid en deskundig. Dat sowieso. En eigenlijk heel veel dingen wel. Je moet heel creatief zijn om mensen te bereiken om te geven. Je moet wel iets hebben waardoor je de aandacht trekt. Waar mensen denken goh inderdaad doe het eens met die handschoenen. Het is elk jaar natuurlijk een kunst om het opnieuw onder de aandacht te brengen.
Low profile, transparant, wetenschappelijk onderzoek	10	Dat ze low profile zijn en transparant. En natuurlijk dat het wetenschappelijk onderzoek goed tot zijn recht komt.
Wetenschappelijk, betrouwbaar	11	Dat het wetenschappelijk is natuurlijk en betrouwbaar. Want we hebben twee jaar geleden toen de Kankerbestrijding was gefraudeerd was het niet makkelijk om langs de deuren te gaan. Daarom vind ik betrouwbaarheid fijn. Je hoort er nooit iets over en dat is fijn. Kankerbestrijding is natuurlijk heel bekend en er gaat zoveel geld naar hun toe. Gelukkig is het ondertussen alweer geslonken.
Transparant	12	Transparant vind ik absoluut met hoofdletters heel belangrijk. Dat ze dus echt doen wat ze zeggen en wat ze uit willen dragen en niet dat ze zoals bij Giro 555 voor Sri Lanka dat daar nog zoveel miljoen op staat voor dit en dat en voor vluchtelingen. Ik vind dat dat niet kan naar de mensen toe waarbij jij geld hebt opgehaald. Waarom komt het niet daar en laat je het jaren op de bank staan. Het moet in beweging blijven en die indruk heb ik van het fonds wel. Je mag reserves hebben, maar je moet uiteindelijk die reserves ook inzetten waar de mensen voor gelopen hebben.

Figuur 39. Vraag 14: Wat vindt u zelf heel belangrijk waar een fonds aan voldoet?

Analyseschema 15. Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Sterk = betrouwbaar Zwak = naamsbekendheid	1	Sterk vind ik het betrouwbare. Dat stralen ze echt naar mij uit. Ook de communicatie is goed. De spotjes zijn niet teveel zodat het irritatie opwekt, maar dat zou misschien nog iets meer kunnen. Voor een relatief klein fonds doen ze daar best veel mee, dat vind ik goed. En zwak misschien dat toch iets meer naamsbekendheid. Dat denk ik wel. En dat mensen misschien iets meer door moeten hebben wat überhaupt een spierziekte is. Hoe vervelend het is. We weten allemaal wat kanker is. Misschien is het goed om te laten weten wat het met je doet en hoeveel mensen er last van hebben. Die bekendheid helpt misschien wel.
Zwak = niet ontdekken Sterk = inzetten voor iedereen	2	Zwakke punten kan ik niet ontdekken. Het enige zwakke wat ik dan kan zeggen is dat de bekendheid nog niet groots is. En een sterk punt is dat ze zich toch inzetten voor iedereen die een spierziekte heeft. Dat is een heel mooi streven.
Sterk = inzetten voor nare spierziekte Zwak = weinig horen	3	In het algemeen vind ik dus het fonds zo specifiek voor zo'n nare ziekte en dat zich daarvoor inzetten dat vind ik gewoon ontzettend goed en ontzettend sterk. Je hebt gewoon zo'n organisatie nodig. Er zijn zoveel patiënten, denk ik, die straks zo'n nare ziekte krijgen en nergens naartoe kunnen. Echt vreselijk. Ze kunnen naar de maan en naar mars, maar zo'n ziekte kunnen ze niet oplossen. Dat denk ik dan altijd. Ik vind het krachtig dat ze gewoon opkomen als organisatie voor zo'n bijna ongeneeslijke ziekte. En zwak punt dat ik weinig hoor verder.

Sterk = twee leuke mannen Zwak = veel tekst	4	Dat vind ik heel moeilijk. Wat ik veel zie is heel veel tekst. Ook op het plaatje van StrikZe tegen Spierziekten. Daar staan twee hele leuke mannen. Ik zou zeggen zet er iemand bij die een spierziekte heeft, waar je dat ook een beetje aan ziet.
Weet er weinig van	5	Ik weet er te weinig van.
Sterk = betrouwbaar Zwak = landelijke aandacht	6	Ik vind de betrouwbaarheid een sterk punt. Dat dragen ze in eerste instantie wel uit naar buiten. Zoals ik al eerder zei heb ik te weinig kennis van het fonds om echt een zwak punt te bepalen. Maar ik de commercial StrikZe tegen Spierziekten niet gezien en ook niet bij Everybody Dance Now, dus dan zou ik misschien toch wat meer aan die landelijke aandacht doen. Zodat het meer opvalt, ook bij de mensen die er minder mee bezig zijn.
Sterk = vriendelijk, onderzoek Zwak = niet zien	7	In hoeverre ik wat mee heb gekregen van het fonds, zou ik zeggen dat het sterk is dat ze zich bezig houden met het onderzoek en dat ze vriendelijk zijn vanuit andere kanten. En zwak vind ik dan wel dat ik ze niet zie.
Zwak = naamsbekendheid, meer communiceren Sterk = positief imago, sympathieke reclame	8	Daar ken ik het fonds niet goed genoeg voor eigenlijk. Ik vind dan wel dat ze zich meer moeten laten zien, werken aan de naamsbekendheid. En het sterke punt is wel heel moeilijk hoor. Het sterke punt vind ik de reclame dan. Het is een heel bescheiden en sympathieke reclame met de wanten. Alleen moet je dit wel meer communiceren. Ook vind ik het goed van het Spierfonds dat ze nu gaan onderzoeken wat het imago is van het fonds. Ze willen zichzelf wel verbeteren en inzetten. Ik ben er ook van overtuigd dat ze van iedereen een positief imago krijgen, alleen moeten ze het meer tonen.
Zwak = niet geld storten Sterk = X	9	Zwakke punten heb ik eigenlijk niet meegemaakt, ik zit er pas zo kort bij. Ik heb één keer collecte gedaan en dat was allemaal goed georganiseerd. Ik had wel een probleem dat ik hier het geld niet kon storten. Ik ben zelf van ABN Amro, maar die hebben geen muntenapparaat en de Rabobank heeft dat wel. Maar als je geen klant bent van de Rabobank kan je het niet brengen. Daar heb ik wel veel ellende mee gehad, maar dat zouden ze dit jaar voor me oplossen. Ik hoop dat dat werkt. Ik zou als het goed is een nieuw pasje met een rekeningnummer van hun krijgen, zodat ik het wel kan storten. Dus ik hoop dat ze dat goed oplossen en voor de rest heb ik er eigenlijk nog weinig mee te maken gehad.
Sterk = transparant Zwak = landelijke dekking	10	De sterke punten vind ik, wat ik net zei, de transparantie ten opzichten van andere fondsen. Dus bijvoorbeeld het beloningsbeleid van bijvoorbeeld een directeur. En het zwakke is denk ik de dekking landelijk qua collectanten. Dat is op het moment toen ik er redelijk nieuw instapte is dat lastig om daar meteen wat mee te doen. Dat vind ik één van de lastigste dingen die speelden. En daarnaast is collecteren op dit moment niet zo modieus dat mensen in de rij staan om te komen helpen. Iedereen heeft het druk.
Sterk = X Zwak = bussen opsturen, te veel folders opsturen	11	Weet je wat ik een zwak punt vind, maar dat ligt misschien aan mij omdat ik ouder ben. Zoals met die bussen die werden opgestuurd en kost handen met geld. Dan zeg ik jongens zoek een andere uitweg en dan zijn er weer twee bussen vergeten en dan moeten die weer apart gestuurd worden. In die dingen zitten ook allemaal folders die je erbij doet. Niemand kijkt er naar hoor. Er zitten raambiljetten bij. Ik heb één vrouw die wil een raambiljet hebben, maar ik krijg een heel bosje. Ik heb wel één actieve vrouw en die woont in een flat en die prikt het daar bij haar op het prikbord. Zij is ook in de tachtig, maar wat ze doet doet ze goed. Waar ik ook succes mee heb zijn de agenda's. Dat is zo'n succes echt waar. Ik heb er nu een paar over en dan neem ik ze mee naar die ouderen. En dan zeg ik je mag er wel één hebben, maar ik heb hier wel een bus en dan doe je daar wel wat in. Ja vind ik wel. Voor wat hoort wat. Ik hoop dat ze het geld goed gebruiken, maar dat weet ik allemaal niet. Daar kan ik niet over oordelen. Het is belangrijk en je hoort wel eens dat ze goede dingen doen. Meer weet ik er ook niet van.
Sterk = transparant, communicatie Zwak = meer laten horen	12	Sterk vind ik toch wel het transparante en de communicatie. Maar de communicatie kan aan de andere kant ook weer beter om wat vaker van jezelf te laten horen per jaar. Hoeft helemaal niet hoog te zijn, maar toch laten zien daar zijn we. Maar of dat nou echt zwak is, het kan denk ik beter. En nogmaals ik weet dat het heel duur is en je keuze moet maken. Ik vind het allemaal wel goed. Ik zou zeggen houd het een beetje vast dit concept met bekende mensen, maar laat wel zien hoe het tot stand is gekomen. Niet alleen in een krant of artikel, maar ook een keer in een landelijke campagne. Niet te lang en niet teveel tekst. Dan lopen mensen al snel weg om iets in te schenken in de keuken bijvoorbeeld. Gewoon echt bam en dan dat je erna denkt heel informatief. Maar ook niet dat je denkt gadverdamme, maar wel een middenweg dat die blijft hangen.

Figuur 40. Vraag 15 Wat vindt u de sterke en zwakke punten van het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 16. Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft vorig jaar met een pilot meegedaan om tijdens de collecteweek ook te kunnen pinnen. Daarnaast zou het misschien een idee kunnen zijn om de collecte via social media in te zetten. Wat vindt u daarvan?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Geloof het niet	9	Ik weet niet of dat goed gaat, want we konden dit jaar al zeggen dat ze konden pinnen met een bepaald nummer. En ja kan ook zeggen je kan het overmaken, dat heb ik een aantal keren gedaan. Maar ik geloof niet dat mensen het via social media gaan overmaken, want mensen moeten het meteen doen anders vergeten ze het. Want mensen weten nu ook dat je kan doneren als je het zou willen, maar dat wordt ook niet gedaan. Tenminste het zal best wel gedaan worden.
Aanvullend doen	10	Op zich vind ik dat goed om het aanvullend te doen, maar ik heb wel het idee dat het minder gaat opleveren. Ik denk dat mensen gerust een banner op Facebook gaan zien, maar of mensen ook actief gaan geven dat weet ik niet. Ik denk toch dat het én én moet blijven. Zo'n collecte aan de deur werkt toch wel.

Nee denk het niet	11	Nee denk ik niet. Er is niets mooier dan menselijk contact. Ik geloof er niet in.
Hele leuke, zal zeker jonge mensen aanspreken	12	O dat is een hele leuke. Ik denk dat dat zeker bij de jonge mensen aan zal spreken. Dan heb je gelijk nog een dingetje. Ik vind het een hele goede en ik denk dat je er ook wel wat mee ophaalt, omdat je in je eigen vriendenkring wat vraagt voor een goed doel. Dat zijn jouw vrienden en ik denk dat de invloed van social media is dat mensen niet snel zullen zeggen nou dat doe ik niet. Als je dan de reacties o is goed ziet, dan wil je daar niet buitenvallen of je moet een koude ziel hebben. Ik denk dat het goed is en dan bereik je ook een hele andere, jonge doelgroep dan als ik hier langs de deuren ga.

Figuur 41. Vraag 16: Het Prinses Beatrix Spierfonds heeft vorig jaar met een pilot meegedaan om tijdens de collecteweek ook te kunnen pinnen. Daarnaast zou het misschien een idee kunnen zijn om de collecte via social media in te zetten. Wat vindt u daarvan?

Analyseschema 17. Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Bekendheid met spierziekte zelf	1	Ik denk dat ik bekendheid met spierziektes zelf. Dat mensen echt wel doorhebben dat het heel erg is. Je hebt ook elk jaar één nationale kankerdag. Dan gaan mensen met zijn alle bellen. Zoiets zou ook goed zijn voor spierziekten. Daar zou ik misschien iets meer mee doen, zeker ook met zulke goede ambassadeurs.
Zijn goed bezig	2	Nee. Daar waag ik mij niet aan. Ik vind dat ze goed bezig zijn over het algemeen op een heel breed front. Ik vind het prima zo.
Nieuwsbrief met weetjes en succesjes sturen	3	Ik denk toch dat ik die donateurs misschien wat vaker een nieuwsbrief met weetjes en succesjes zou sturen. Wat meer dan één of twee keer per jaar. Iets meer van zich laten horen, maar dat hoeft niet zo duur te zijn. Ik denk dat zo'n reclamespot op de televisie, daar ben je ontzettend veel geld mee kwijt. Dat is wel goed voor je naamsbekendheid, maar niet voor je donateurs denk ik.
Reclame-uiting	4	Ik zou de reclame-uitingen anders doen, zoals ik al heb aangegeven en verder geen idee.
Bekendheid	5	Nou als ik zou merken dat het toch niet bekend genoeg was, dan zou ik dat de prioriteit geven.
Bekendheid	6	Dat vind ik wel heel lastig om zo te zeggen hoor, want ik ken de organisatie helemaal niet goed. Ik weet daar wel te weinig van. Maar dan zou ik toch wel op de naamsbekendheid gaan zitten, omdat ik het idee heb dat spierziektes in het algemeen en het Prinses Beatrix Spierfonds niet bekend genoeg is.
Krachten bundelen, bekendheid	7	Ik zou werken aan de naamsbekendheid en misschien vaker mensen benaderen voor een eenmalige gift. Er zijn meer mensen zoals ik die geld geven aan meerdere goede doelen. Dit zijn wel vooral ouderen denk ik. Daarnaast valt het mij op dat er meerdere fondsen zijn op het gebied van spierziekten. Ik zou denken dat het zin heeft om de krachten te bundelen
Bekendheid	8	Nou ja goed ik zou meer aan de weg timmeren, maar wel op die leuke en beschrijvende manier. Misschien iets meer naar het publiek dat misschien niet snel stil staat bij het fonds. Bijvoorbeeld het 'eenvoudigere' publiek. Ik denk dat daar goed iets met de patiënten gedaan kan worden, omdat die goed beeld geeft hoe de patiënten zich voelen. Hoe dramatisch een spierziekte eigenlijk is. Je kan er dan een beschrijving bij zetten met de consequenties of de spierziekten. Ik denk dat dat heel belangrijk is. Daar is nog veel te weinig van bekend. Het is misschien wel goed om spierziekten te verwerken in een programma die ik bakkie troost noem. Dat zijn dan mensen die worden geholpen door een BN-er worden opgevangen. Er zijn denk ik veel mensen in Nederland die dat wel leuk vinden om te kijken en dan geschokt zijn. Ik heb het gevoel dat het Spierfonds er niet over nadenkt om dat soort sensationele acties te voeren. Dat moeten ze ook niet doen. Het is heel moeilijk om die balans te vinden. Het moet niet sensationeel zijn, maar we willen mensen wel bewust maken van een spierziekte is. Ik denk dat het wel zo is dat er veel te weinig bekendheid is. Je moet echt denk ik twee keer per jaar een patiënt laten zien. En je moet vaker denk ik je website communiceren en zorgen dat je op RTL Late Night of op RTL Boulevard komt.
Meer aandacht in collecteweek	9	Ik weet nu niet goed hoe zij te werk gaan op kantoor, dus het is heel moeilijk om nu te zeggen ik ga daar iets in veranderen. Ik denk wat zij toen tijdens de week met de collecte en daar veel aandacht opleggen dat dat heel goed is. En de onderzoeken waar ze mee bezig zijn dat ze daar ook alles goed in begeleiden. En ook de dingen wat ze nu organiseren, ik denk dat ze goede mensen op die plek hebben zitten die er verstand van hebben.
Meer dekking collecte	10	Ik denk dat de aanpak op zich wel goed is. Ik zou dan wel willen gaan kijken hoe je het voor elkaar krijgt om de dekking wat groter te krijgen onder de collectanten. Ik denk dat daar heel veel winst valt te behalen. Er zijn echt nog heel veel witte vlekken.
Vertrouwen erin	11	Nee, ze doen het harstikke leuk. Ik heb er zeker vertrouwen in.
Bekendheid bij scholen	12	Even kijken. Dat is ook lastig, want wat ik nu weet en ervaar vind ik eigenlijk wel goed. Ik vind dat schoolpakket een hele positieve wending, maar ik heb het daar ook met Mirka over gehad. Ik zou ook best wel een keertje langs de scholen willen zijn, en dat hoeft geen uur te zijn, en dan wat meegeven op school. Een kleine promotie. De kinderen komen dan thuis met een ballon en dan zeggen de ouders al snel wat heb je daar? Maar het is niet alleen door het spreekbeurtpakket, maar wel om de jonge kinderen er bewust van maken. Maar ook in groepen waar nog geen spreekbeurt is, dan een verhaal houden. Al jongs af aan beginnen. Dat is heel simpel en daar wil ik me graag voor inzetten. Je moet het niet te lang zijn, want het zijn natuurlijk jonge kinderen. Houd het leuk en interactief. Dus ik denk dat ze daar nog wel wat aan kunnen peuteren. Hang er een spelletje aan of doe iets met de wanten. De kinderen hebben misschien nog geen strikdiploma, verzin iets wat ze wel kunnen door middel

	van een spelletje. Dan bouw je niet alleen met het lespakket voor kinderen die al kunnen lezen en schrijven, maar via de jonge groep breng je het bij de zusjes en broertjes of ouders en die denken dan o je kan er ook een spreekbeurt over doen.
--	---

Figuur 42. Vraag 17: Stel u bent de baas van het fonds. Hoe zou u het aanpakken?

Analyseschema 18. Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Erg mensen met spierziekte, niet veel onderzoek	1	Ik zou dan zeggen hoe erg ik het vind dat mensen een spierziekte hebben. En dat er nog niet veel onderzoek naar is gedaan, omdat de middelen zoals bij KWF niet binnen stromen, maar dat het minstens zo belangrijk is.
Doneer en wordt donateur	2	Hetzelfde als wij nu graag willen. Doneer en wordt donateur.
Positief	3	Dan ga ik zeker een positief verhaal vertellen. Dan zou ik eerst even moeten oriënteren van wat ze onlangs voor succes ze hebben geboekt. Dan zou ik dat vertellen om ze ook over te halen voor het fonds. Ik ga daar natuurlijk niet negatief over praten. Ik sta hier achter.
O zo belangrijk	4	Ik zou wel uitleggen waarom ik het belangrijk vind. Zoals het Rode Kruis, het zijn dingen waar je niet elke dag mee bezig bent en mee te maken hebt. Maar het is o zo belangrijk.
Meer mensen moet het doen	5	Ik zou zeggen dat het een goed doel is en dat meer mensen dat moeten doen. Is het misschien niets voor jou, vraag ik dan. Je moet het wel geven met een doel of vanuit je hart.
Positief	6	Ik zou toch wel een positief verhaal houden en iets vertellen over spierziekten. In hoeverre ik er zelf wat van weet. Maar ik zou zeker zeggen dat een donatie op zijn plek is.
Gift is nodig	7	Ik zou zeggen dat een gift nodig is en als je dat als persoon kan missen dat je dat zeker moet doen.
Positief	8	Ja zeker iets positiefs natuurlijk. Ik heb een pet op van wat jij nu ook allemaal vertelt. Ze hebben dus ook een dansgala. Dat vind ik heel goed gekozen, want dat valt ook heel erg op. Dat ze er veel werk van maken vind ik heel belangrijk, maar het moet meer in de bekendheid komen. Ik vind dat ze op een heel goed en aanvaardbare en hoog niveau bezig zijn. De bescheidenheid betreft mag denk ik iets meer in deze tijd weg.
Eigen ervaring vertellen	9	Uit eigen ervaring vertellen waar ik mee zit en dan heb je goede hoop dat mensen zeggen goh ik doe het ook.
Kost je één of twee uur in de avond met collecteren	10	Met name als je het over collecteren hebt; het kost je één of twee avondjes van 1.5 á 2 uur tijd en je doet wat goeds. Je draagt bij aan een goed doel en een maatschappelijk doel. Dus doe dat gewoon eventjes. Dat is uiteindelijk wat je terug krijgt van mensen, dat de mensen die het nu doen dat ze het eigenlijk helemaal niet zo vervelend vinden en dat het allemaal best wel mee valt. Je gaat meestal in je eigen wijk één avondje langs de deuren. Uiteindelijk is de inspanning best beperkt, dus doe het gewoon eventjes zou ik willen meegeven aan mensen.
Goed onderzoek gedaan moet worden	11	Nou dat er een goed onderzoek gedaan moet worden. En dat er geld moet komen voor onderzoek, want het is een verschrikkelijk iets als je iets aan je spieren hebt. Want iedereen moet daar dag in dag uit mee bezig zijn. De een heeft het iets minder dan de ander, maar het is wel verschrikkelijk. Sommige mensen zeggen wel eens o dat is niet belangrijk. Dan zeg ik het is wel belangrijk. Ieder onderzoek dat gedaan kan worden is goed.
Filmpje laten zien, kort en kracht en positief maar ook confronterend	12	Dan zal ik een filmpje laten zien, kort en krachtig. Ja positief, maar ook confronterend van stel je voor dat. Wel een gezellige draai eraan geven. En bijvoorbeeld vragen of ze het statiegeld één keer willen afdragen. Als we dat allemaal een keertje doen, niemand voelt dat, maar alles bij elkaar is wel wat. Een filmpje zal ik ook op Facebook zetten. Vorig jaar heb ik ook op Facebook gezet dat er collectanten zijn gevraagd en toen de collecteweek. Ik pas wel op dat ik niet teveel post hoor. Mensen geven of ze geven niet. Wat ook goed is dat ze een proef hadden met een pinautomaat.

Figuur 43. Vraag 18: Wat vertelt u aan een vriend over het Prinses Beatrix Spierfonds?

Analyseschema 19. Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?		
Label	Resp.nummer	Uitspraak
Website toegankelijk	1	Ik zou vooral de site toegankelijk maken. Ik heb niet onlangs op de site gekeken en volgens mij is de site het wel. Wat mij nog bijstaat is dat je vrij snel het overzicht met spierziekte hebt en dat zijn er zoveel. Dus dan wordt het mij niet heel duidelijk. Een algemene omschrijving wat een spierziekte over het algemeen met je doet, zoveel mensen hebben deze spierziekte. Daarvan overleeft zoveel procent het niet en wij willen er voor zorgen dat.. Dat zal mij wel helpen, maar voor nieuwe mensen ook denk ik.
Niks	2	Nee, want het levende voorbeeld van wat er gebeurd hebben wij natuurlijk zelf. Of dat meisje op televisie geholpen wordt dat lees ik wel, maar dat gaat verder langs mij heen. Dat ik heel erg, maar dat is wel zo. Ik vind dat ze het goed doen. Als ik wat wil weten kan ik er zelf achter komen als ik mijn best doe. Ik vind als je teveel papierwerk gaat versturen. Moet je kijken wat dat kost naar 10.000 mensen. Dat geld kunnen ze beter gebruiken.
Documentaire zien	3	Het is heel gek, want ik heb natuurlijk geen mensen in mijn omgeving die zo'n nare ziekte hebben. Maar ik zou wel eens een keer een documentaire willen zien of een misschien, maar dat is misschien heel naar, een behandeling of zo. Dat je iets meer een idee hebt wat het is om zo'n ziekte te hebben.

Actiever als fonds zijn	4	Ik denk hoe actiever je bent, hoe meer het zou lukken. Als fonds kan je heel veel willen, maar ik denk dat je ook meer over de mensen zelf moet praten. Zo kan je ze meer verbinden en inzicht geven in hoe het nou zit.
Ontdekkingen of progressie stimuleert	5	Als blijkt dat ze iets ontdekken of progressie hebben gemaakt dat dat misschien stimuleert. Maar het zijn onderzoeken die altijd lang duren denk ik er is niet zoveel resultaat gelijk te zien. Dat duurt gewoon heel lang, dus ik denk dat er niet zoveel zal helpen.
Meer informatie over spierziekte	6	Dan zou ik toch gaan voor meer informatie over spierziekten in het algemeen. Hier is in Nederland nog weinig over bekend. Dan zou ik meer op de hoogte gehouden moeten worden, maar hier heb ik nog geen behoefte aan.
Bekendheid	7	Zodra je meer bekendheid genereert kom je denk ik meer in het gezichtsveld van mensen. Dit zal helpen voor de verbondenheid denk ik. Verder zou ik niet veel weten, want voor mij hoeft het niet. De ene vind veel post fijn en de ander niet. Daarom zou het misschien goed zijn dat mensen daar uit kunnen kiezen en dat ze zelf wat meer te zeggen hebben misschien.
Bedankbrief sturen	8	Ik denk dat je een bedankbrief moet sturen voor de donatie met daarin hopelijk wilt u doorgaan. Dat is denk ik genoeg. Ik vind dat heel aardig. Ik ben echt bereid om er mee door te gaan, dus ik denk als ik een brief had ontvangen dat ik dan wel automatisch maandelijks geld had gegeven. Als ze mensen vast willen houden, moeten ze misschien net een stap verder gaan.
Niks	9	Nee, want alles wat je meer krijgt kost alleen maar geld en dat gaat weer van het onderzoek af.
Meer updates wetenschappelijk onderzoek	10	Misschien wat meer updates over wetenschappelijke onderzoeken of doorbraken. Het wordt natuurlijk wel gemeld in de Spierkrant, maar als je er nieuws is wat betreft bestedingen met het geld of successen die behaald zijn vanuit onderzoeken om dat te delen misschien.
Vind het prima zo	11	Nee, ik vind het prima zo.
Meer lobbyen	12	Ja toch nog een beetje lobbyen. Ik denk dat dat gewoon heel simpel is. Voor het vinden van collectante hoorde ik ook al dat ze op een braderie stonden. Je maakt persoonlijk contact met mensen en je kunt ze wat laten zien en doen. Dan heb je misschien ook al een paar vooraanmeldingen van mensen die willen gaan lopen. Ik denk dat dat ook wel wat uitgebouwd kan worden, maar ook uitkijken dat je dan niet op een markt staat met bijvoorbeeld kraampjes voor een verkiezingscampagne. Niet mensen met een volle boodschappentas aanspreken, wel even kijken wat is handig. Dus ik kom toch ook weer bij die scholen. Ik heb zelfs vorig jaar een middelbare school benaderd waar mijn zoon opgezet heeft. Daar heb ik gevraagd of de kinderen voor hun maatschappelijke stage collecte mogen doen. Of je nou in het verpleeghuis met de mensen omgaat, waarom zou je dan geen collecte mogen doen.

Figuur 44. Vraag 19: Wat heeft u nodig van het Prinses Beatrix Spierfonds om u meer verbonden te laten voelen tot het fonds?

BIJLAGE VIII. STAKEHOLDERS

In deze bijlage zijn de stakeholders van het fonds verder toegelicht. Hieronder is het overzicht nogmaals weergegeven.

Actievoerders	Regiocoördinatoren
Bestuur	Regiomanagers
Collectanten	Mensen met een spierziekte
Collega-fondsen	Vrijwilligers
Comitéleden	Werknemers van het Prinses Beatrix Spierfonds
Donateurs	Wetenschappers
Gemiddelde Nederlander	Wetenschappelijke adviesraad

Figuur 1. Stakeholders

Actievoerders

De actievoerders zijn voor het fonds belangrijk om geld binnen te halen voor onderzoek. Dit zijn mensen die een actie opzetten en hiermee geld inzamelen voor wetenschappelijk onderzoek. Dit kan tot een dansevenement op een school zijn tot fietsen in de Alphen. Bij elke actie wordt er geld opgehaald voor wetenschappelijk onderzoek tegen spierziekten.

Bestuur

Het bestuur van het Prinses Beatrix Spierfonds bestaat uit minimaal vijf personen. De bestuursleden worden benoemd op basis van een vooraf opgestelde profielschets, waarin concreet is benoemd welke persoonlijke en bestuurlijke kwaliteiten voor deze functie van belang zijn. De samenstelling van het bestuur is zodanig, dat er een goede spreiding is van de benodigde competenties.

Collectanten

De collectanten zijn 30.000 mensen die in september langs te deuren gaan om geld op te halen voor het fonds. Zodra zij niet weten waar het fonds voor staat of als ze niet positief zijn over het fonds, dan kunnen ze dit ook niet positief en welgemeend overbrengen aan de mensen aan de deur. Het is belangrijk dat de collectanten zich gewaardeerd voelen door het fonds en vol enthousiasme de collecteweek willen lopen.

Collega-fondsen

In het tweede hoofdstuk situatieanalyse is er verwezen naar collega-fondsen. Dit zijn geen concurrenten, want het is de bedoeling dat alle fondsen achter de schermen samen werken (1+1=3). De doelstelling van het Prinses Beatrix Spierfonds hierbij is: wat je deelt wordt meer. Het Prinses Beatrix Spierfonds werkt daarom nauw samen met de volgende partijen.

Patiëntenvereniging Spierziekten Nederland

Al sinds 1967 zet Spierziekten Nederland (voorheen: Vereniging Spierziekten Nederland, VSN) zich in voor mensen met een spierziekte. Het gaat ze om een betere kwaliteit van de zorg, effectief wetenschappelijk onderzoek, goede voorlichting en informatie, ook voor artsen en professionele hulpverleners (Vereniging Spierziekten Nederland, 1967).

Stichting ALS

De Stichting ALS Nederland is opgericht en ontstaan uit een fusie van drie organisaties; Stichting ALS Onderzoek fonds, Stichting Valscherm en Stichting ALS Centrum Nederland. De missie van de ALS Stichting luidt als volgt: 'ALS moet op de kaart gezet worden, om uiteindelijk voor altijd van de kaart te worden geveegd. De stichting is aan het zoeken naar de oorzaak en naar behandelingen, om zo het leven van een ALS-patiënt betere zorg en levenskwaliteit te geven' (Stichting ALS, 2005).

Stichting Duchenne Parent Project

Stichting Duchenne Parent Project is een onafhankelijke stichting die eind 1994 is opgericht door Elizabeth Vroom. Zij is de moeder van een zoon die Duchenne heeft. De stichting zet zich in om het toekomstperspectief voor mensen met Duchenne te verbeteren. Dit doen ze door medicijnen te ontwikkelen die Duchenne Spierdystrofie kunnen behandelen of genezen (Stichting Duchenne Parent Project, 1994).

Stichting FSHD

In 1997 namen Kees en Renée van der Graaf het initiatief tot oprichting van de Stichting FSHD. Zelf hebben zij een zoon die de spierziekte FSHD heeft. Op initiatief van de Kees van der Graaf en Ria Broekgaarden werd in 2011 FSHD Europa opgericht. Tot nu toe werkt de stichting alleen nog maar met vrijwilligers en de bestuursleden ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden. Het doel van de Stichting FSHD is het werven van fondsen voor het stimuleren,

faciliteren en financieren van het wetenschappelijk onderzoek naar de oorzaken en achtergronden van FSHD, om zo genezingswijzen te ontdekken die de kwaliteit van leven van FSHD patiënten kunnen verbeteren (Stichting FSHD, 1997).

Stichting Spieren voor Spieren

In 1988 heeft een Nederlands voetbalelftal Stichting Spieren voor Spieren opgericht. Sinds 2005 is de stichting goedgekeurd als CBF-gekeurde stichting en de ze vinden bij de stichting dat elk kind moet kunnen sporten. Zij geloven dat ze samen met medisch specialisten, het bedrijfsleven en alle (top)sporters in Nederland kunnen zorgen voor een betere kwaliteit van leven van kinderen met een spierziekte en hun gezin en hen een beter perspectief voor de toekomst kunnen bieden. Hun missie is om samen een vuist te maken en alle spierziekten bij kinderen de wereld uit te helpen (Spieren voor Spieren, 1998).

Comitéleden

De comitéleden van de collectanten zijn 1.300 mannen en vrouwen die alle collectanten aansturen in Nederland. Boven hun staan vijf regiomanagers die in dienst zijn van het Prinses Beatrix Spierfonds. De 1.300 mensen zijn vrijwilligers en krijgen een vrijwilligersbijdrage vanuit het fonds. Daarnaast hebben ze de taak om alle 30.000 collectanten per regio aan te sturen tijdens het collecteren in september.

Donateurs

De donateurs zijn 32.000 mannen en vrouwen die eenmalig, wekelijks, maandelijks of jaarlijks geld geven aan het fonds om wetenschappelijk onderzoek te kunnen financieren. De minimale jaarwaarde van het doneren voor een vaste donateur is twintig euro. De donateurs bestaan uit losse gift donateurs en vaste donateurs. Meer hierover is te vinden in het derde hoofdstuk onder het kopje doelgroep.

Gemiddelde Nederlander

Het fonds wil aan het Nederlandse publiek duidelijk maken wat een spierziekte is en waar het fonds voor staat. Zichtbaarheid is hierin essentieel. Het fonds wil het brede publiek op meerdere manieren bereiken, onder andere door free publicity, social media, massamedia en evenementen.

Regiocoördinatoren

De regiocoördinatoren zijn de mensen die vanuit het fonds de comitéleden aansturen. Elke regiocoördinator heeft zijn of haar eigen regio waar ze van alles regelen.

Regiomanagers

De regiomanagers worden ondersteund door de vijf regiocoördinatoren. De regiomanagers zijn vooral te vinden in het land. Terwijl de regiocoördinatoren af en toe te vinden zijn in Den Haag.

Mensen met een spierziekte

In Nederland hebben 200.000 mensen een spierziekte. Het fonds hecht veel waarde aan de verhalen, de meningen en de visie van patiënten en hun familie. Deze mensen kunnen duidelijk overbrengen hoe het is om te leven met een spierziekte. Door die verhalen te delen met de rest van Nederland zal de kennis toenemen en daarmee het begrip voor mensen met een spierziekte. Patiënten moeten weten dat het Prinses Beatrix Spierfonds er voor ze is en wat het fonds in de toekomst van plan is.

Vrijwilligers

De vrijwilligers zijn onmisbaar voor het Prinses Beatrix Spierfonds. Zij zijn de ambassadeurs en ze worden op verschillende manieren betrokken bij het werk van het fonds. Het fonds vindt dat wanneer je duidelijk uitlegt wat je doet en wie je bent, dat dit helpt voor de vrijwilligers om hun werk succesvol te doen. In 2013 heeft het fonds een grote oplage aan vernieuwde collectanten een nieuwsbrief gestuurd. In deze nieuwsbrief werd destijds veel aandacht besteed aan de vragen en onderwerpen die leven onder vrijwilligers. Ook in speciale doelgroepsgerichte e-mailingen besteedt het fonds aandacht aan actuele vragen rondom de collecte.

Werknemers van het Prinses Beatrix Spierfonds

Naast alle verschillende stakeholders heeft het fonds ook mensen zitten die vanuit het kantoor in Den Haag alles aansturen. Het is belangrijk voor het fonds dat deze werknemers weten wat de kernwaarden zijn van het fonds en deze uitstralen naar alle andere stakeholders. Het begint tenslotte binnenin.

Wetenschappers

De wetenschappers van het Prinses Beatrix Spierfonds leveren een goede kwaliteit van het wetenschappelijk onderzoek naar spierziekten in Nederland. Wat betreft onderzoek loopt Nederland voorop. Om dit zo te houden is het

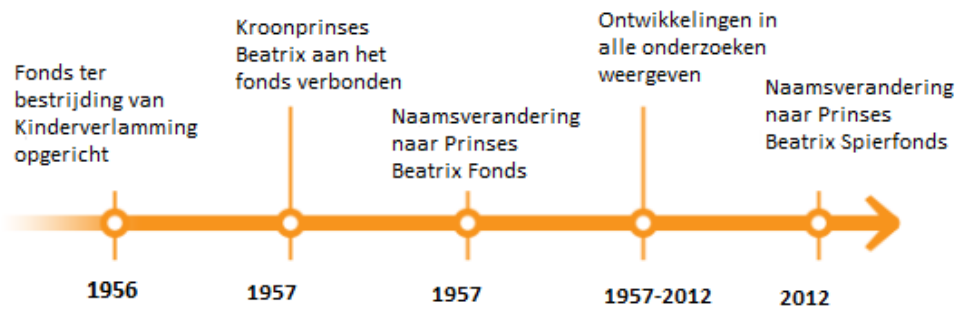
belang van jonge wetenschappers van groot belang. Het fonds is momenteel bezig om de jonge wetenschappers te stimuleren en motiveren bij het werk wat momenteel gedaan wordt.

Wetenschappelijke adviesraad

De Wetenschappelijke Adviesraad (WAR) adviseert het Prinses Beatrix Spierfonds over wetenschappelijke zaken. De WAR bestaat uit onderzoekers uit de verschillende universitaire medische centra, die advies geven over welke onderzoeken het beste gefinancierd kunnen worden. Ook houden de leden van de WAR de voortgang van lopende onderzoeken in de gaten en beoordelen ze de eindresultaten van afgeronde onderzoeken. De WAR geeft daarnaast ook advies over het beleid van het fonds met betrekking tot wetenschappelijk onderzoek.

BIJLAGE IX. VOORBEEDEN AANBEVELING

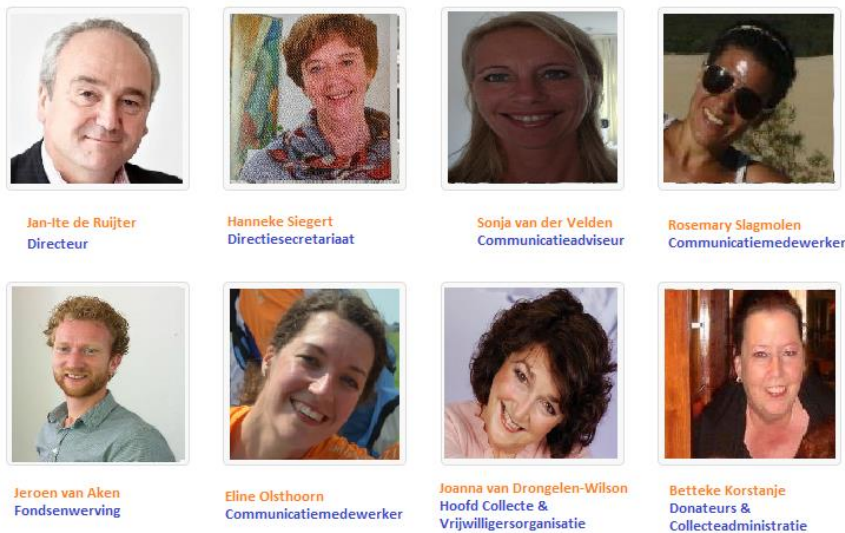
In deze bijlagen zijn de voorbeelden weergegeven voor op de website die in de aanbevelingen aan bod komen. Deze bestaan uit de tijdlijn en het kopje 'Wie zijn wij?'.



Figuur 44. Tijdlijn voor op de website Prinses Beatrix Spierfonds

Even voorstellen

Wij stellen ons graag persoonlijk aan je voor. Klik op één van de onderstaande foto's voor meer informatie over deze persoon.



Figuur 45. 'Wie zijn wij' voor op de website Prinses Beatrix Spierfonds

The screenshot shows the website layout with a top navigation bar containing: **LEVEN MET EEN SPIERZIEKTE**, **WAT WIJ DOEN**, **ONDERZOEK IS DE OPLOSSING**, a search icon, and a **HELP MEE** button.

Below the navigation bar is a featured story titled **BENTHE IS SPRINGLEVEND** with a sub-headline: "Benthe heeft de ziekte van Pompe. Zonder onderzoek had de toekomst er voor haar heel anders uitgezien." Below this is a button: **LEES HET VERHAAL VAN BENTHE**.

At the bottom of the page is a large section titled **KRACHTIG TEGEN SPIERZIEKTEN** with the text: "Het Prinses Beatrix Spierfonds zet zich in voor mensen met een spierziekte in Nederland. Dat zijn er ruim 200.000. Het is ons doel om alle spierziekten de wereld uit te krijgen, ons middel is wetenschappelijk onderzoek. We financieren en stimuleren onderzoek naar genezing en, omdat dit vaak een lange weg is, ook naar verbetering van de kwaliteit van leven van patiënten nu. We kunnen dit alles doen dankzij donaties en de inzet van vrijwilligers." Below this text is a button: **BEKIJK HOE JIJ KUNT HELPEN**.

On the right side of the bottom section is a box titled **Activiteiten** with a list of dates and activities:

- 25.05.15: Fietselfstedentocht
- 27.05.15: Absellen
- 04.09.15: Free to Move
- 04.09.15: Lancering commercial
- 13.09.15/19.09.15: Collecteweek

Figuur 46. Activiteiten op de website

BIJLAGE X. LOGBOEK

In deze bijlage is het logboek weergegeven van de periode 02-02-2015 tot 26-05-2015. Hieronder is in grote lijnen weergegeven wanneer wat is gedaan.

Datum	Activiteit	Product	Werkzaamheden	Uren
02-02-15	Beginnen bij het Prinses Beatrix Spierfonds	Plan van aanpak	Prinses Beatrix Spierfonds leren kennen en vergaderingen bijwonen.	8
03-02-15	Plan van aanpak	Plan van aanpak	Probleem bespreken met opdrachtgever en documenten inkijken.	8
04-02-15	Afstudeersessie	Plan van aanpak	Het probleem is in kaart gebracht tijdens de afstudeersessie op 4 februari op school. Hier is naar voren gekomen dat de centrale vraag te maken heeft met het imago en dat de naamsbekendheid een deelvraag is. Er zullen twee doelgroepen ontstaan: de vaste donateurs en Nederlandse mannen en vrouwen tussen de 30 en 55 jaar.	4
05-02-15	Aanpassingen verwerken afstudeeropdracht en probleemstelling concreet maken	Plan van aanpak	Probleemstelling is op dit moment: <i>Wat is de algemene naamsbekendheid van het Prinses Beatrix Spierfonds, wat is de inhoudelijke naamsbekendheid van het fonds en wat is het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds?</i>	8
06-02-15	Centrale theorie zoeken meet bijhorende modellen	Plan van aanpak	Het onderzoek gaat over imago en identiteit. Er is gekeken naar Birkigt en Stadler en andere theorieën die te maken hebben met het onderwerp.	8
09-02-15	Plan van aanpak opsturen	Plan van aanpak	Plan van Aanpak gemaaild naar meneer Schriemer. Hier feedback op gehad en aangepast. De probleemstelling luidt nu als volgt: <i>‘Wat is na de naamsverandering in 2012 het imago van het Prinses Beatrix Spierfonds onder de vaste donateurs en de gemiddelde Nederlander?’</i> Ook zijn de deelvragen samengevoegd en aangepast. Er moet meer gekeken worden naar symbolen, communicatie en gedrag. Birkigt en Stadler gaat namelijk om identiteit en imago.	8
10-02-15	Afspraak stagebegeleider	Plan van aanpak	Afspraak met Sonja van der Velden en het plan van aanpak en topic guide doorgenomen. Hieruit is naar voren gekomen dat het Prinses Beatrix Spierfonds graag wil weten of er na de spraakmakende reclame in september een verschil is met daarvoor. Het zou prettig zijn om dit in de scriptie op te nemen en anders alvast een vragenlijst klaar te hebben voor november. Ook is er besproken om een afspraak te maken in de eerste week van maart met het bureau voor onderzoek.	8
12-02-15	Deskresearch doen	Theoretisch kader	Onderzoeken en theorieën zoeken wat betreft identiteit en imago	8

16-02-15	Afstudeersessie	Theoretisch kader	Opzet theoretische kader af. De medestudenten en meneer Schriemer hebben gekeken naar de probleemstelling, doelstelling, doelgroep etc. Deze feedback is verwerkt.	4
17-02-15	Deskresearch doen	Theoretisch kader	Literatuuronderzoek	8
19-02-15	Deskresearch doen	Theoretisch kader	Literatuuronderzoek	8
23-02-15	Informatievergaring	Theoretisch kader	Literatuuronderzoek	8
24-02-15	Informatievergaring	Theoretisch kader	Literatuuronderzoek	8
26-02-15	Theoretisch kader nalezen aanpassingen maken	Theoretisch kader	Theoretisch kader correct maken en opsturen via Ephorus	8
02-03-15	Inleveren theoretisch kader en beginnen aan methodologie, ook afstudeersessie school	Theoretisch kader en methodologie	Het theoretisch kader is via Ephorus opgestuurd. Voor de afstudeersessie was de vraag om voor het hoofdstuk methodologie een opzet te hebben. Tijdens de afstudeersessie is hier feedback op gegeven. Daarnaast is er door meneer Schriemer uitleg gegeven over de verdere opzet van het onderzoek.	8
03-03-15	Inlezen voor methodologie	Methodologie	Verschillende boeken gelezen over kwalitatief onderzoek en gekeken naar verschillende voor-en nadelen.	6
05-03-15	Gesprek op kantoor	Plan van aanpak, theoretisch kader en methodologie	Meneer Schriemer is naar kantoor gekomen om met mij en mijn stagebegeleider Sonja te komen praten. Hier is de verdere verloop van de scriptie besproken. Hierbij zijn de afspraken gemaakt om alle stakeholders van het Prinses Beatrix Spierfonds in kaart te brengen. Er is nu besproken om twee stakeholders mee te nemen in het onderzoek en deze via face-to-face interviews te ondervragen. Er is gekozen voor de vaste donateurs en de comitéleden.	8
06-03-15	Methodologie verder uitwerken	Methodologie	Verder inlezen voor het hoofdstuk methodologie en kijken naar de opzet van de topic guide.	8
09-03-15	Topic guide	Methodologie	Vragen opstellen aan de hand van literatuur.	8
10-03-15	Topic guide	Methodologie	Vragen opstellen aan de hand van literatuur.	8
12-03-15	Feedback op theoretisch kader ontvangen	Theoretisch kader	Feedback van Nynke Wiekenkamp bekijken en verwerken.	8
16-03-15	Afstudeersessie	Methodologie	Topic guide besproken met meneer Schriemer en deze feedback verwerkt. Verder gekeken naar de deelvragen en deze verder afgebakend.	8

17-03-15	Aanpassingen maken	Methodologie	De topic guide is goedgekeurd en er kan actie ondernomen worden voor de comitéleden en vaste donateurs.	8
18-03-15	Topic guide bespreken	Methodologie	Met Jeroen van de fondsenwerving en Joanna van de comitéleden de vragenlijst doorgenomen. Verder een mail verstuurd naar de regiomanagers om comitéleden te bereiken.	8
19-03-15	Literatuuronderzoek	Theoretisch kader	Aanpassingen maken bij theoretisch kader en er zijn twee extra boeken binnen gekomen om zo nog meer informatie te verwerken.	8
20-03-15	Literatuuronderzoek	Theoretisch kader	Verdere aanpassingen maken bij theoretisch kader.	8
23-03-15	Belafspraken	Methodologie	Er zijn diverse nummers en namen doorgegeven door de regiomanagers van de comitéleden die bereid zijn om mee te werken aan het onderzoek. Deze zijn vandaag gebeld en er staan drie afspraken vast.	8
24-03-15	Geholpen en betrokken naamsbekendheid	Methodologie	De vierde afspraak is gemaakt voor de comitéleden. Verder is de topic guide verder onderbouwd aan de hand van literatuur. Er moest nog een bron gezocht worden voor de spontane en geholpen naamsbekendheid.	8
26-03-15	Uitleg begrippen	Bijlagen	Bepaalde begrippen hadden meer toelichting nodig, deze zijn verwerkt in de bijlagen.	8
30-03-15	Vaste donateurs	Topic guide	De eisen die aan de vaste donateurs zijn gesteld zijn onderzocht en er zijn een x aantal donateurs uit gekomen. Hierin is een verschil in vaste en losse gift donateurs. Deze donateurs zijn weergegeven door middel van een nummer en deze moeten in clicks gezocht worden. Door middel van clicks kan er een nummer achterhaald worden voor de vaste donateurs. Deze zijn vandaag gebeld en er zijn twee afspraken gemaakt.	8
31-03-15	Losse gift donateurs	Topic guide	Voor de losse gift donateurs is het lastiger om een nummer te achterhalen. Omdat deze donateurs een eenmalige gift hebben gegeven zijn er weinig gegevens bekend. In clicks kan gezocht worden wanneer ze hebben gegeven. Door middel van de postcode en straatnaam kan er in het telefoonboek het nummer gezocht worden. Er zijn een hoop mensen gebeld en er is één afspraak gemaakt. Diverse losse gift donateurs wilde een mail voor verdere uitleg, deze is gestuurd.	8
02-04-15	Afspraken	Topic guide	Diverse losse gift donateurs en vaste donateurs hebben terug gemaild of gebeld. Er zijn nu vier afspraken gemaakt voor de vaste donateurs en drie afspraken voor de losse gift donateurs.	8

08-04-15	Interview	Interview	Het eerste interview is afgenomen in Amsterdam en uitgetypt. Dit is een comitélid.	8
10-04-15	Interview	Interview	Het tweede interview is afgenomen in Middelharnis en uitgetypt. Dit is een comitélid.	6
13-04-15	Interview	Interview	Het derde en vierde interview is afgenomen met een vaste donateur en een comitélid. In Leiden en Hoevelaken. Deze zijn ook uitgetypt.	8
14-04-15	Interview	Interview	Het vijfde en zesde interview is afgenomen in Amsterdam bij een losse gift en een vaste donateur. Deze is ook gelijk uitgetypt.	8
15-04-15	Interview	Interview	Het zevende interview is afgenomen in Hedel. Dit is het vierde comitélid. Het interview is gelijk uitgetypt.	8
16-04-15	Interview	Interview	Het achtste interview is bij de vaste donateur in Zoetermeer gehouden en het negende interview is in Den Haag geweest met een vaste donateur.	8
21-04-15	Interview	Interview	Het tiende interview was in Heerenveen met een losse gift donateur.	8
22-04-15	Interview	Verbatim	Deze dag is er bij sommige interviews een begin gemaakt met het uittypen en bij sommige interviews een afronding.	8
24-04-15	Interview	Interview	Het elfde interview was vandaag in Den Haag. De rest van de dag is er gewerkt aan de verbatims.	8
28-04-15	Interview	Interview	Deze dag is er bij sommige interviews een begin gemaakt met het uittypen en bij sommige interviews een afronding.	8
29-04-15	Interview	Verbatim	Gewerkt aan de verbatims	8
30-04-15	Interview	Interview	Vandaag was het laatste interview in Den Haag.	8
01-05-15	Resultaten	Resultaten	Vandaag zijn de eerste bevindingen uit de analyseschema's getrokken.	8
04-05-15	Resultaten	Resultaten	Verder gewerkt aan de resultaten.	8
05-05-15	Aanpassen	Methodologie	Kijken naar de methodologie en één geheel gemaakt.	8
06-05-15	Resultaten en conclusie	Resultaten en conclusie	Gewerkt aan de resultaten en conclusie.	8
08-05-15	Conclusie	Conclusie	Conclusie zo goed als afgemaakt.	8
11-05-15	Afstudeersessie	Concept	Laatste vragen scriptie.	8
13-05-15	Implementatieplan	Implementatieplan	Opzet maken voor het implementatieplan.	8

14-05-15	Implementatieplan	Implementatieplan	Werken aan het implementatieplan.	8
15-05-15	Theoretisch kader en literatuurlijst	Theoretisch kader	Alle paginanummers kloppend maken met de daarbij horende literatuur.	8
18-05-15	Inleveren voorlopige scriptie en afstudeersessie	Inlevermoment	Voorlopige scriptie en beoordelingsformulier opsturen naar het Sonja van het Prinses Beatrix Spierfonds. Om 15:00 laatste afstudeersessie, vragen gesteld en verwerkt.	8
19-05-15	Alles nalopen	Controle op spelling en paginanummers en tabellen die overeenkomen	Kijken of alle verwijzingen goed staan in de tekst en doorlopen op spelling.	8
20-05-15	Reflectieverslag	Reflectieverslag	Opzet maken voor reflectieverslag.	8
21-05-15	Feedback bespreken	Feedback bespreken en verwerken	Samen met Sonja scriptie nagelopen en feedback besproken.	8
22-05-15	Feedback spellingcheck	Feedback spellingcheck	Feedback van de spellingcheck verwerken.	8
23-05-15	Situatieschets	Tabellen maken	Voor in de situatieschets meer tabellen gemaakt om het fonds te vergelijken met de landelijke giften. Dit is gedaan op het Centraal Bureau Fondsenwerving.	8
24-05-15	Laatste check	Laatste check	Alles goed doorlopen en verwerken.	5
25-05-15	Printen	Printen	Scriptie printen.	4
26-05-15	Inleveren scriptie	Inleveren scriptie	Vandaag voor 12:00 scriptie inleveren. In de ochtend bij een copyshop inbinden.	4