



DE PAALPIEPER

Seizoen
2014-2015
nummer 27



P.3

De Leonidas fluitpoule onderzocht!



P.4

Leonidas JC1: Team van het jaar!



P.6

Afspraken betreffende tenue en shirtsponsoring

LEONIDAS



INHOUD

- Van de Voorzitter
- G/LG Hockey in het nieuwe seizoen
- Leonidas in het nieuws
- De Leonidas fluitpoule onderzocht: Een zegen of een vloek?!
- Leonidas JC1: Team van het jaar!
- KNHB verplicht mondbeschermer
- Afspraken betreffende tenue en shirt-sponsoring
- Kennismakingsavond nieuwe teams

COLOFON

Jaargang 81 | Nummer 27

Redactie

Ron Rosenbrand
Twitter: @paalpieper
Email: paalpieper@leonidas.nl

Fotografie

Tom Boer
Jan Lelieveldt
Ron Rosenbrand
R.H.V. Leonidas Archief

Vormgeving

Philippine Haverbeke
Vormgeving

Van de Voorzitter

Op een enkel sportkamp na wordt het weer enkele weken rustig op Thermopylae. Het seizoen zit er op en het is tijd om rug en ledematen weer wat rust te gunnen om zo weer met volle energie het komende seizoen in te gaan.

We mogen tevreden terugkijken. De jeugd heeft laten zien een goede ontwikkeling door te maken en speelt gemiddeld in hogere competities dan ooit! De flinke investeringen in jeugdbegeleiding blijkt haar vruchten af te werpen. Steeds meer talent wordt ontwikkeld dat in de toekomst de stap naar tophockey bij de senioren zou kunnen maken. Wat wil een vereniging nog meer? De jeugd groeit niet alleen in kwaliteit maar ook in aantal, een welkome ontwikkeling. Helaas loopt het aantal jongens flink achter bij dat van de meiden, een landelijke trend waar ook Leonidas mee kampt. Laten we met zijn allen proberen jongens te stimuleren om voor de stick/bal combinatie te kiezen in plaats van voet/bal!

Bij de senioren mochten we wat minder kampioenen op het veld feliciteren dan het vorige seizoen, maar het kan natuurlijk niet ieder jaar feest zijn. En het was ook fijn voor het balkon dat onder een minder grote last gebukt ging! Daarentegen hebben we uitstekend gepresteerd in de zaal met als hoogtepunt de promotie van ons



eerste damesteam naar de hoofdklasse, uniek in onze lange historie! Een flinke tegenvaller was de degradatie van de Heren naar de 1e klasse. Er bleek structureel minder uit te komen dan er in zat dus we zullen weer opnieuw moeten beginnen. We hebben echter het volste vertrouwen in de nieuwe coach en met volle inzet en een beetje geluk staan de Heren volgend jaar weer op het balkon! Niets was mogelijk geweest zonder de bezielende inzet van onze vaste staf en de honderden vrijwilligers die nodig waren om teamindelingen te doen, de wedstrijden te plannen, te fluiten, teams te managen, te trainen, toernooien te organiseren, enz, enz! Het bestuur wil dan ook iedereen van harte danken voor hun magistrale inzet, het fundament van de vereniging, en ik hoop iedereen in het nieuwe seizoen weer te mogen begroeten! Rest mij u een buitengewoon aangename zomer (vakantie) te mogen toewensen.

Fred Nederlof



FAN VAN DE NIEUWE HOCKEYGENERATIE

ABN AMRO houdt van hockey.

De liefde voor hockey gaat bij ABN AMRO verder dan het spel. Als hoofdsponsor van 60 lokale verenigingen, zes hoofdklasseclubs en de Hockey Academie, dragen we graag bij aan de ontwikkeling van hockey in Nederland. Zo zorgen we ervoor dat zoveel mogelijk jonge kinderen de kans krijgen om te groeien. We zijn dan ook extra trots dat topspelers Jeroen Hertzberger, Billy Bakker, Marcel Balkestein en Kim Lammers zich daar samen met ons voor inzetten. Op hun persoonlijke platformen houden ze jou op de hoogte en kun je leuke prijzen winnen. Check kimlammers.nl, marcelbalkestein.nl of jeroenhertzberger.mobynow.com. Ga naar abnamro.nl/hockey voor een overzicht van alle sponsoractiviteiten.

DE BANK ANNO NU  ABN AMRO

G/LG Hockey in het nieuwe seizoen

Het seizoen 2014-2015 hebben we afgesloten met het landelijke g-hockey toernooi op 20 juni, georganiseerd door de KNHB, de Dirk Kuyt Foundation en RHV Leonidas. Dit was, net als het hele seizoen, een groot succes!

Vier teams

Omdat we dit jaar over de grens van de 40 leden gaan, starten we in het nieuwe seizoen met vier teams: G1 (8-tal), G2 (6-tal), G3 (6-tal) en LG1 (6-tal). We gaan voor het eerst meedoen aan de (landelijke) LG competitie.

Graag nodigen we ouders, verzorgers en/of begeleiders van al onze leden uit op woensdagavond 2 september om 20.00 uur voor een informatieavond over het nieuwe seizoen.



Kinderopvang
Kids
Wonderworld



van
4 - 13
jaar



Wij halen
uw kind na
schooltijd op

Unieke Sport BSO

Bewegen is essentieel voor kinderen!
Dagelijks sport, spel, recreatie en knutselen
onder vakkundige begeleiding.

Benieuwd?
Kom eens langs voor een sfeerimpressie
en een rondleiding!

Informatie en aanmelding

Sport BSO Leonidas van Kids Wonderworld
(In het clubgebouw van hockeyclub Leonidas)
Toepad 93 (De Esch)
3063 NJ Rotterdam

www.kidswonderworld.nl
info@kidswonderworld.nl
telefoon: 010 285 75 81
telefoon: 06 2116 75 72

Leonidas
in het
nieuws!



Uit het AD Rotterdams Dagblad dd 25-6-2015



De Leonidas fluitpoule onderzoekt: Een zegen of een vloek?

Een seizoenshelft lang keken Joppe Ter Meer en Lucas Meijs (Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit) naar de aangeboden fluitbeurten op de Leonidas fluitpoule op Facebook. Joppe Ter Meer is tevens speler van Heren 10.

In een breder verband van 'consumentisme in de sport, bieden steeds meer sportclubs hun leden aan om een verplichte taak af te kopen. Bij Leonidas zijn de seniorenleden verplicht om bij een thuiswedstrijd een ander (vaak in dezelfde klasse uitkomend) team te fluiten. Wanneer iemand niet kan of wil fluiten, kan hij of zij de fluitbeurt te koop aanbieden op de fluitpoule. Het is in de wetenschap én praktijk al langer de vraag of het kunnen afkopen een zegen of juist een vloek is voor de amateursport. Het onderzoeken van de 'Leo' fluitpoule geeft simpel inzicht op het eerste niveau, zoals de beperkte invloed van (1) het The Dansant, (2) de hoogte van het geldbedrag en (3) het aanvangstijdstip van de aangeboden fluitbeurt. Op de achtergrond spelen echter complexere toekomstige vraagstukken voor sportclubs die te maken hebben met een consumentistische inslag.

De sportvereniging verandert sterk en sportbestuurders moeten de vereniging

aanpassen aan de huidige tijdsgeest. Een onderdeel van de huidige tijdsgeest is de toenemende marktbenadering in het verenigingsleven. Het aantal sportverenigingen dat de afgelopen jaren niet met een consumentistische inslag in welke vorm dan ook te maken hebben gehad lijkt op één hand te tellen. Leden worden in toenemende mate afnemers van een bepaald sportproduct tegen een vastgestelde prijs en willen vaker hun verplichte taak afkopen.

De ontwikkeling staat haaks op de traditionele sportclub zoals deze ooit bedoeld was. Kern hierin is mutual support, waarin een sportvereniging draait rondom het concept 'voor en door de leden'. Hierin ontstaat er een hechte band tussen leden die met elkaar taken oppakken. Nu is de afstand tussen leden groter geworden en lijkt het 'community-gevoel' minder te zijn. Daarom bewegen sportverenigingen mee, worden servicegericht en proberen via andere wegen een hechte, solidaire club te ontwikkelen en te behouden. De zogenaamde ontwikkeling van mutual support naar service delivery verenigingen zorgt voor nieuwe kansen, maar ook nieuwe vraagstukken. Een van de ontwikkelingen die heeft plaatsgevonden is de veelvuldige



mogelijkheid voor leden om hun verplichte taken af te kopen. Bij seniorenleden op Leonidas is die taak ingevuld door het verplicht moeten fluiten van een ander thuisspelend Leonidas team. Leonidas stimuleert het afkopen van een fluitbeurt echter niet. De Leonidas fluitpoule op Facebook is een initiatief vanuit enkele leden en wordt ook volledig door de leden in stand gehouden. De fluitpoule fungeert als platform tussen aanbieders en vragers van fluitbeurten, bedoeld om Leoniden elkaar te laten helpen. Het is daarom een concept dat in zijn meest ideële vorm in de buurt komt van het 'voor en door de leden' principe.

Gedurende de tweede seizoenshelft (8 maart – 7 juni) zijn de activiteiten op de fluitpoule van de 69 seniorenteam (1215 leden) van Leonidas geanalyseerd. Heren 1 en Dames 1 worden gefloten door de bond en doen dus niet mee. De 69 teams zijn zowel prestatieteams als recreatieteams. Van de 359 geanalyseerde wedstrijden (718 scheidsrechters) werd ruim 1 op de 5 fluitbeurten aangeboden >>



>> op de fluitpoule (159). Ondanks de relatief kleine meerderheid van vrouwen in de fluitpoule, waren zij verreweg het meest actief. Meer dan 70% van de fluitbeurten werden aangeboden door vrouwen, bijna volledig recreatiehockeyers. Gemiddeld bood een lid iets meer dan €1,50 voor het overnemen van een fluitbeurt. Het precieze bedrag was echter niet van grote invloed. Zo bleek het verkopen van een fluitbeurt niet veel lastiger bij een bedrag van €0,00 dan bij een bedrag van €0,00. Een relatief kleine groep was daarin zeer gewillig om de fluitbeurten op te pakken. Opvallend is dat op de dagen van de drie The Dansants (8 maart, 12 april en 7 juni) niet substantieel meer fluitbeurten werden aangeboden. Ook de tijd waarop de fluitbeurten plaatsvonden, had slechts beperkte invloed. Bijna 2/3de van de aangeboden fluitbeurten vond 'gewoon' plaats tussen 11.00 uur en 16.00 uur.

De fluitbeurten zijn in een breder perspectief te plaatsen. In het geval van Leonidas waren de vrouwelijke recreatiehockeyers de grootste aanbieders van fluitbeurten. Dit werd maar beperkt beïnvloed door het aanvangstijdstip van de fluitbeurt, de hoogte van het bedrag of de aanwezigheid van een The Dansant die dag. Als bestuurder kan je je afvragen of het gaat om passieve leden of dat wellicht deze leden impliciet een specifieke taak

niet willen doen – bijvoorbeeld vanuit een bepaalde angst voor het fluiten – en juist wel open staan voor andere klussen, wellicht in teamverband.

Het feit dat de fluitbeurten werden opgepakt door een zeer kleine groep is op zichzelf niet problematisch, zeker op het moment dat dit soepel verloopt. Een complexere vraag ligt in wie de daadwerkelijke verantwoordelijkheid draagt als leden hun fluitbeurt te koop aanbieden. Uiteraard blijft het lid 'eigenaar' tot een andere scheidsrechter is gevonden, maar wat als de gevonden scheidsrechter uiteindelijk niet in staat blijkt deze taak goed over te nemen? Zo kreeg Heren 7 te maken met een jonge scheidsrechter van buiten de club die de intensiteit van de overgenomen wedstrijd niet aan kon. Veel clubs maken het leden mogelijk om hun taken af te kopen en denken dat daarmee het probleem is opgelost. Niets is minder waar, zo denken wij. Hoewel de fluitpoule een initiatief is vanuit leden en de club de fluitpoule slechts gedoogd, lijkt het bestuur toch het eerste aanspreekpunt bij 'calamiteiten', zoals ook in bovenstaand voorbeeld. De vraag is hier in hoeverre je als club toezicht moet en kan houden op de 'vervangers', ook al is het dus een initiatief vanuit leden zelf. Als dit ten koste gaat van spelplezier, enthousiasme en clubbinding, dan lijkt het antwoord 'ja'. Echter, wat kan een club doen, zeker op het moment dat

in het 'informele circuit' mensen elkaar onderling vinden, dus in dit geval zonder gebruik te maken van de fluitpoule. Veel overgenomen fluitbeurten werden namelijk niet eens aangeboden en bleven zodoende 'onder de radar'. De percentages en cijfers die hier genoemd worden, zijn dan ook hoger dan in dit stuk gepresenteerd. Hoeveel hoger, dat is de vraag. En zo kom je weer bij de kern: wat kan en wil je als club weten en daar aan doen? Zo werd er aan geregistreerde fluitbeurten in een half seizoen bijna €5.500,00 onderhands zonder BTW verhandeld. Een relatief laag bedrag tot zover. Maar wat als dit bedrag oploopt? Zullen clubs hier op moeten gaan reageren?

Kortom, nieuwe vraagstukken voor 'consumentistische' verenigingen. Het gaat om wat de club kan, moet, maar vooral wil doen. Er liggen voldoende kansen en mogelijkheden.

Joppe Ter Meer is academisch onderzoeker aan de Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit. Lucas Meijs is hoogleraar Strategische Filantropie verbonden aan de Rotterdam School of Management, Erasmus Universiteit en het Erasmus Centre for Strategic Philanthropy.

Alle data gebruikt in dit onderzoek en verder onderzoek is volledig anoniem en is niet terug te voeren tot wie dan ook spelend bij of gelinkt aan Leonidas.



Leonidas JC1: Team van het jaar!



De nieuwe teams zijn inmiddels al gevormd en de jongens zijn alweer begonnen aan de voorbereiding voor komend seizoen. Toch willen we nog even stilstaan bij dit ontzettend leuke team.

JC1 werd niet voor niets uitgeroepen tot team van het seizoen 2014-2015. Want wat een seizoen was het! Het startte mooi in augustus 2014 met het behalen van de eerste plaats op ons eigen Bron Luijcke-toernooi. Ook werden een aantal oefenwedstrijden met klinkende cijfers winnend afgesloten.

En toen het echte werk... onder enthousiaste leiding van Wouter en Eef werden er van de dit jaar gespeelde 19 competitiewedstrijden maar liefst 18 gewonnen! Twee wed-

strijden voor het einde van het seizoen mocht JC1 zich al zeer overtuigend kampioen Topklasse A noemen. Nog los van al deze mooie resultaten was het ook gewoon een ontzettend leuk jaar. Vol passie drie keer per week hard trainen met elkaar, vloten bouwen en zwoegen door de modder bij Outdoor Valley, een pastafeest en een heerlijk afsluitingsfeest bij de familie Hijenga, het toernooi bij Union, waar naast mooi hockey ook andere

zaken belangrijk waren :-), het kampioensfeestje thuis op Leonidas na de bloedstollende wedstrijd tegen Ring Pass, de in de laatste week nog 'gewonnen' pizza-avond op de club...

Tel daarbij op de gezelligheid en betrokkenheid langs de lijn. Iedere keer weer genoeg helpende handen en na iedere wedstrijd een prachtige fotoreportage inclusief video opnames vanuit diverse hoeken, wat een feest.

Topjongens, topouders, topbegeleiding, het was een jaar met een gouden randje!

Leonidas
in het
nieuws!

HOCKEY

Korink en Teunisse verlaten Leonidas

De hockeysters van de Rotterdamse overgangsklasser Leonidas kunnen na de zomerstop niet meer op keepster Lotte Teunisse en spits Lisette Korink rekenen. Beide speelsters kiezen voor een hoofdklasseclub. Korink vertrekt naar Kampong en Lotte Teunisse staat straks bij Push onder de lat.

Uit het AD Rotterdams Dagblad dd 24-6-2015



KNHB verplicht mondbeschermer

Met ingang van het hockeyseizoen 2015-2016 is het dragen van een mondbeschermer verplicht. Dit geldt voor alle categorieën spelers/speelsters tijdens door de bond georganiseerde wedstrijden. De regel wordt per 1 augustus 2015 van kracht.

Tevens adviseert de KNHB om ook bij alle hockeyactiviteiten buiten georganiseerd wedstrijdverband de mondbeschermer te dragen. Vanwege deze nieuwe regel zal SPTL extra op Leonidas aanwezig zijn.

SPTL - gebitsbeschermers zal aanwezig zijn op de volgende data:

3 juli van 16.30 - 18.00 uur
7 september van 18.30 - 20.30 uur
11 september van 18.30 - 20.30 uur
26 september van 09.30 - 13.30 uur

SPTL maakt gebitsbeschermers op maat. Het dragen van een mondbeschermer bij de beoefening van risicovolle sporten werkt preventief om letsel aan (elementen van) het gebit en het zachte mondweefsel te voorkomen. En zo voorkomt u tevens de emotionele belasting en vaak hoge kosten dat letsel met zich meebrengt. Mondbeschermers zijn vanaf 1 augustus 2015 verplicht bij hockey. Dit geldt voor alle categorieën spelers tijdens door de bond geor-

ganiseerde wedstrijden. Tevens adviseert de KNHB om ook bij alle hockeyactiviteiten buiten georganiseerd wedstrijdverband de mondbeschermer te dragen.

Voorwaarden

Een goede mondbeschermer dient aan een aantal voorwaarden te voldoen, zoals:

- goed vast te zitten in de mond
- gemakkelijk in- en uitneembaar te zijn
- niet te storen bij ademhaling en het spreken
- geen kokhalsneigingen te veroorzaken
- smaak- en reukloos te zijn
- goed te reinigen zijn
- voldoende stevig te zijn om bescherming te bieden

Soorten mondbeschermers

Er zijn verschillende soorten mondbeschermers die gebruikt worden bij hockey. De meest voorkomende zijn:

- De confectiebeschermer: een kant-en-klare mondbeschermer waarvan de confectievorm niet individueel is aan te passen. De verschillende fabrikanten leveren diverse maten, die over het algemeen verkrijgbaar zijn in sportzaken.
- De thermo-plastische semi-individuele mondbeschermer:

een beschermer die is vervaardigd van materiaal dat bij verwarming vervormt en bij afkoeling weer een stugge vorm aanneemt. Hierdoor kunt u de beschermer na verwarming individueel aanpassen.

- De individueel vervaardigde mondbeschermer: een beschermer die SPTL of de tandarts individueel op maat vervaardigt op basis van een gipsmodel op de bovenkaak en in samenwerking met een tandtechnisch laboratorium.

Kant-en-klaar of individueel vervaardigd?

Een mondbeschermer dient zo comfortabel mogelijk te zitten. Individuele mondbeschermers die door een tandarts zijn vervaardigd worden in het algemeen als het meest comfortabel ervaren. Met de huidige technieken kan zowel in de tandwisselperiode als bij het dragen van beugels een goede en comfortabele beschermer worden gemaakt die minstens een heel seizoen meegaat.

Belangrijk!

Haal bij een bewusteloze hockeyer altijd de gebitsbeschermer uit de mond. De gebitsbeschermer kan namelijk de ademhaling belemmeren.

P.8



Wel zo slim: beetje in.

Vanaf 1 augustus 2015 spelen alle hockeyers met een beetje



Afspraken betreffende tenue en shirtsporsoring

Omdat Leonidas streeft naar een uniforme uitstraling en haar afspraken met sponsoren wil nakomen, volgt hieronder een overzicht van de afspraken zoals deze binnen Leonidas gelden m.b.t. het tenue en de shirtsporsoring.

Tenue

Alle spelende leden zijn verplicht tijdens competitiewedstrijden het volgende officiële Leonidas tenue (merk MASQ) te dragen:

Heren (senioren):

- wit Leonidasshirt met blauwe piping
- blauw Leonidasbroekje met witte bias
- blauwe Leonidaskousen met wit boord

Jongens (A,B,C,D,E,F):

- wit Leonidasshirt met blauwe piping en ABN-AMRO vermelding op de borst
- blauw Leonidasbroekje met witte bias
- blauwe Leonidaskousen met wit boord

Dames (senioren):

- wit Leonidasshirt met blauwe piping
- blauw Leonidasrokje
- witte Leonidaskousen

Meisjes (A,B,C,D,E,F):

- wit Leonidasshirt met blauwe piping en ABN-AMRO vermelding op de borst
- blauw Leonidasrokje
- witte Leonidaskousen

UIT-wedstrijden

(dit geldt voor alle Leonidas teams)

Indien bij UIT-wedstrijden het UIT-tenue verlangd wordt moet het witte Leonidasshirt vervangen worden door het rode Leonidasshirt (merk MASQ). Niet verplicht maar wel gebruikelijk is dat teams bij die gelegenheden ook spelen met rode Leonidaskousen. Let wel dit dient dan collectief per team te gebeuren.

De Leonidastenues zijn gedurende het seizoen uitsluitend te koop in de clubwinkel. De openingstijden van de clubwinkel variëren en zijn afhankelijk van de seizoensperiode (zie de homepage van onze website voor actuele openingstijden). In ieder geval is de clubwinkel gedurende de eerste en tweede seizoenshelft tijdens de veldcompetitie geopend op zaterdag (09.00-15.00 uur) en zondag (10.00-16.00 uur).

MASQ is een van de belangrijkste sponsoren van Leonidas en heeft middels zijn sponsoring het alleenrecht verworven om via de clubwinkel het Leonidastenue en alle overige kleding met een Leonidas logo te mogen verkopen. MASQ heeft diverse interessante aanbiedingen voor complete

teamaankleding en kan desgewenst ook alle verlangde sponsorbedrukkingen, namen en rugnummers verzorgen.

Leonidas spelers die bij competitiewedstrijden niet in het officiële tenue spelen kunnen door het bestuur worden aangesproken met het verzoek om de volgende wedstrijd wel in de correcte outfit te verschijnen. Indien hieraan geen gehoor gegeven wordt, kunnen voor betreffende spelers wedstrijduitsluiting(en) het gevolg zijn.

Leonidas teams die als collectief, om wat voor reden dan ook, in een ander tenue spelen dan het officiële tenue, lopen het risico op een boete die kan oplopen tot 1.000 euro per team per seizoen.

Oudere Leonidaskleding die nog via onze vorige leverancier Lomans aangeschaft is mag worden afgedragen mits de eventueel daarop aanwezige sponsornamen niet conflicteren met ABN AMRO, MASQ.

Regels voor shirtsporsoring

Elke shirtsponsor van (jongste) jeugdteams is verplicht om €50,- te doneren aan de club. Als de sponsor daar prijs op stelt le- >>



>>

veren we als tegenprestatie een uiting op het LED-scherm.

De jeugd/minicommissie bemoeit zich niet actief met werving van shirtsponsoring per team, maar bewaakt wel de belangen van hoofdsponsors ABN AMRO en MASQ Hockey. Deze hebben de garantie dat zij niet zullen worden beconcurrereerd op Leonidas-shirts.

Dit houdt in:

1. MASQ is de exclusieve leverancier van alle Leonidaskleding.
2. Jeugd THUIS-shirts worden standaard geleverd met ABN AMRO-logo op de borst. Op de rug en op de mouw mogen

andere sponsors staan, mits niet concurrerend met ABN AMRO of MASQ. Op de buik mag geen andere sponsoruiting dan ABN AMRO.

3. De gehele jeugd draagt tijdens alle wedstrijden waarin de THUIS-shirts worden gedragen alleen die met ABN AMRO op de borst.

Het staat seniorenteams (behalve Dames 1 en Heren 1) zonder verdere verplichtingen vrij om op de borst sponsoruitingen op de thuisshirts te zetten zolang het geen concurrenten van ABN AMRO, MASQ en Leonidas Pralines betreft. Het rode uitshirt mag bij jeugd en senioren vrij worden gesponsord door derden, net als alle verdere kleding (trainingspakken, rokjes, broeken), met

inachtneming van het concurrentiebeding dus.

Kortom Leonieden, leef je uit! Op één voorwaarde: Het bestuur behoudt zich het recht voor om in haar ogen onbetamelijke uitingen op het Leonidastenu te verbieden. Wie iets stouts van plan is kan het beste vooraf checken bij het bestuur wat zij er van vindt.

MASQ

Het officiële Leonidastenu is uitsluitend te koop in het Leonidas winkeltje in het clubhuis. MASQ heeft diverse interessante aanbiedingen voor complete teamaankleding en verzorgt ook alle verlangde sponsorbedrukkingen, rugnummers, namen enz.

Kennismakingsavond nieuwe teams

Het seizoen 2014/2015 is afgelopen. We kunnen terugkijken op een mooi seizoen. De afgelopen weken hebben veel teams nog toernooien gespeeld, ook op Leonidas. Vorige week zijn de nieuwe teams bekend gemaakt. De teams zijn inmiddels allemaal ingeschreven voor de nieuwe competitie. We gaan ons nu dus weer opmaken voor een nieuw, sportief en mooi seizoen! Spelers en ouders van alle jeugdteams zijn van harte uitgenodigd op de kennismakingsavond voor de nieuwe teams. Het is natuurlijk gezellig om elkaar nog even te

zien en spreken voor de zomervakantie. Daarnaast is het de bedoeling van deze avond dat elk team zorgt voor (indien nog nodig) een coach en een teammanager en daarnaast twee scheidsrechters. Tegen inlevering van een teamformulier met deze gegevens ontvangt het team van de club een schaal bitterballen.

De samenstelling van de nieuwe teams staat op de website onder het menu Junioren en vervolgens jongens/meisjes.

Vanwege het grote aantal teams is de kennismaking verdeeld over 2 dagen:

• D-teams:

woensdag 8 juli van 18.30-20.00

• C-teams:

woensdag 8 juli van 20.30-22.00

• A- en B-teams:

donderdag 9 juli van 18.30-20.00

Wij wensen iedereen alvast een heerlijke zomervakantie toe!

De Jeugdcommissie

