

Sportaanbod Ouders van Jonge Kinderen
Handleiding voor organisaties



Koninklijke Nederlandse Zwembond
levenlangzwemmen@knzb.nl
030-7513235

Inleiding

De KNZB heeft van september 2011 tot en met maart 2012 een pilot gedraaid met het project **Sportaanbod Ouders van Jonge Kinderen**.

De KNZB heeft 22 verenigingen ondersteund bij het opzetten van een wekelijks sportaanbod voor de ouders van de jeugdleden van de vereniging. Hierbij hebben de verenigingen minstens 1x per week een training aan de ouders georganiseerd terwijl de kinderen aan het zwemmen zijn. Vier verenigingen hebben voor de ouders van de jeugdleden een masters-introductieaanbod georganiseerd.

De doelgroep ouders van jonge kinderen is belangrijk omdat er een structureel lagere sportdeelname onder ouders met jonge kinderen is ten opzichte van leeftijdsgenoten zonder kinderen. Zeker als de ouders ook nog werken, hebben de ouders een volle agenda, gevuld met werk, privé en gezin, waardoor sporten er vaak niet meer tussen past.

Onder de ruim 200.000 kinderen die jaarlijks starten met zwemles bevinden zich vele nieuwe potentiële leden voor de zwemvereniging. Deze 'diplomazwemmers' zijn daarom een belangrijke doelgroep. De ouders zijn vaak niet aan het sporten terwijl hun kinderen leren zwemmen of aan het trainen zijn, maar wachten tot de les of training weer voorbij is.

Door ouders bij de vereniging te laten sporten, ontstaat er meer binding met de vereniging. De kans is dan groter dat de kinderen doorgaan bij de vereniging. Daarnaast kunnen de ouders eventueel bij de vereniging betrokken blijven via het masterszwemmen of als vrijwilliger. Bovendien kan een zwemvereniging zich goed profileren via een sportaanbod voor de ouders.

Doelen

Het hoofddoel van het project ouders van jonge kinderen is om de ouders die leren zwemmen of aan het trainen zijn structureel in beweging brengen bij de zwemvereniging.

Subdoelstellingen:

- Ouders zijn in de gelegenheid om tijdens de zwemlessen/trainingen van hun kind gebruik te maken van (op hun behoefte afgestemd) sportaanbod.
- Ouders maken kennis met het sportaanbod en de zwemvereniging, waardoor de binding met de club wordt verhoogd.
- Meer ouders worden lid van de vereniging
- Geen doel van de interventie, maar mogelijke extra winst voor de vereniging is dat ouders met vergrote clubbinding zich mogelijk als (vrijwillig) kaderlid willen inzetten.

Doelgroepen

Intermediaire doelgroep

- Instructeurs & trainers van zwemvereniging (een buurtsportcoach, de exploitant, of trainers van nabijgelegen verenigingen kan het aanbod ook uit voeren als er niet voldoende instructeurs beschikbaar zijn bij de club, of de locatie niet geschikt is).
- Projectgroep bestaande uit vrijwilliger van de (zwem)vereniging en/ of medewerkers van het zwembad: projectleiding voorlichting, communicatie, werving ouders.

Betrokkenen

- Zwembadexploitant: beschikbaar stellen accommodatie, eventueel rol in uitvoering sportaanbod
- Andere sportverenigingen: kunnen betrokken worden voor het opzetten & combineren van sportaanbod van een andere tak van sport (bijvoorbeeld atletiek, fietsen, wandelen)
- Combinatiefunctionaris of Buurtsportcoach: verbinden van verschillende lokale betrokken partijen.

Aanbod

Het aanbod dat gerealiseerd wordt dient vooral laagdrempelig te zijn. Ouders hebben vooral behoefte aan een conditiesport, blijkt uit ervaring. De zwemsport is dat bij uitstek. Gedurende 10 weken wordt een wekelijkse zwemtraining of clinic aangeboden. Door middel van deze wekelijkse zwemtraining en/of clinic kunnen de deelnemers hun zwemtechniek en conditie verbeteren. Aanvullend is gebruik van het programma 'MijnZwemcoach.nl' mogelijk.

Les 1 – kennismaking & niveaubepaling

Les 2-5 – zwemtechnieken

Les 6-10 – conditie

Naast het aanbieden van zwemtraining zijn ook andere variaties van aanbod in de zwemsport mogelijk:

- Waterpolo training, met bijvoorbeeld een ouder-kind waterpolotoernooi als afsluiting.
- Schoonspringen
- Synchroonzwemmen
- Aquasporten

Indien er geen badwater beschikbaar is kan de vereniging overwegen om een andere sport aan ouders aan te bieden. Te denken valt bijvoorbeeld aan fitness of hardlooptraining. Zeker als de zwemvereniging ook een triatlon afdeling heeft, kan de vereniging met behulp van eigen trainers hardloop- en/of fietstrainingen aanbieden en tegelijkertijd deze tak van sport promoten. Als er andere sportclubs in de buurt zijn, dan kan een vereniging denken aan een samenwerking met deze sportclubs, zoals de gymnastiek-, tafeltennis- of hockeyclub.

“Anders was ik nooit gaan sporten! Nu kan ik leren hardlopen en zelf ook gaan hardlopen. Leuk dat de vereniging ook iets voor de ouders aanbiedt, ideaal dat het geen extra tijd kost, en leuk om te zien wat de vereniging allemaal te bieden heeft. We drinken nu af en toe wat samen in het clubhuis.”



Aanpak

De interventie bestaat uit een aantal stappen die de zwemvereniging zelfstandig, of met ondersteuning van de KNZB kan doorlopen:

1. Het opstellen van een plan van aanpak – 2 weken
2. Draagvlak creëren en afstemming met samenwerkingspartners – 1 á 2 maanden
3. Werven van de doelgroep– 4 weken
4. Introductie aanbod – 10 weken
1 keer per week, 45 tot 60 minuten per les, 10 lessen, gelijktijdig met aanbod kinderen
5. Structureel aanbod aanbieden en dit aanbod blijven promoten– doorlopend
Dit zijn activiteiten die minimaal 1x per week plaatsvinden en 45 tot 60 minuten duren per les/training, gedurende 40 weken in het jaar. Ook is het belangrijk dat er aandacht wordt besteed aan het continu blijven werven van nieuwe ouders.

Uitvoering

Alle sport gerelateerde organisaties zoals: (zwem) verenigingen, zwem – en sportscholen, zwembaden, zwemscholen.

Vanuit de KNZB is er ondersteuning beschikbaar voor de uitvoering. Tevens is er altijd iemand beschikbaar voor vragen. Deze kunnen gesteld worden via levenlangzwemmen@knzb.nl.

Uitkomsten evaluatie

Uit de pilot kwam naar voren dat ouders het als positief ervaren dat er een sportaanbod door de vereniging wordt aangeboden:

- De ouders kennen de vereniging, de trainer en de omgeving al.
- Ze weten dat de vereniging ervaring heeft met training geven, meestal ook aan volwassenen.

Het werkt drempelverlagend voor de ouders doordat het sportaanbod bij een bekende vereniging is. De stap naar de mastersafdeling is echter vaak nog te groot, maar via een introductieaanbod wordt ook deze drempel verlaagd.



“De ouders vragen zelf of er een vervolg komt. Veel ouders zijn al lid geworden en enkele ouders zijn al bereid om kaderfuncties te vervullen.”

Drempels

Bij verschillende verenigingen kwamen het aantal aanmeldingen langzaam op gang. Uit de pilot kwamen verschillende drempels naar boven die de ouders alsnog ervaarden:

- Ouders worden niet graag in zwempak/ zwembroek gezien door de andere ouders. Ook liggen ze niet graag naast alleen maar snelle zwemmers.

Tip: Deze drempel kan verlaagd worden door goed voorbeeld van andere ouders. Probeer te zorgen dat er de eerste training al wat ouders zwemmen, je kan zelf gaan zwemmen of vraag een ander commissielid of bijvoorbeeld je buurvrouw.

- Voor sommige ouders is het op korte termijn niet in het drukke schema te passen, of ze hebben nog een jonger kind mee naar het zwembad.

Tip: organiseer een kinderhoek in het zwembad. Een kinderhoek hoeft niet aan officiële eisen te voldoen en dan blijven ouder en kind bij elkaar in de buurt.

- Alleen een flyer is vaak niet voldoende om de ouders over te halen. Mond op mond reclame vanuit de trainers of andere ouders is nodig.

Tip: Spreek ouders persoonlijk aan als ze hun kind komen brengen, licht het toe tijdens een ouderavond. Zet het op de website (of Facebook en Twitter) en voeg daar foto's aan toe.

- Ouders moeten de mogelijkheid krijgen om op elk moment in te kunnen stromen. Als ze al twifelen en ze krijgen een beperkte tijd om te beslissen, dan kan dat als excuus aangepakt worden om niet deel te nemen.

Tip: stuur na 1,5 maand een herinneringsmail rond waarin nogmaals wordt vermeld dat instappen altijd mogelijk is.

Praktische mogelijkheden/ tips

- Onderzoek de mogelijkheid om de ouders te laten zwemmen in onderbezette banen. Zo kan het badwater effectiever gebruikt worden.
- Zorg dat het project niet afhankelijk is van 1 persoon. Om continuïteit te waarborgen kan de vereniging het beste een commissie samenstellen die alles uitvoert en controleert.
- Betrek alle afdelingen erbij. Werf ook bij de ouders van alle afdelingen. Hiermee wordt het project verenigingsbreed gedragen (extra waarborg continuïteit) en wordt er een grote doelgroep bereikt.
- Probeer vooral de ouders bij de zwemles te bereiken. Voor de ledenwerving is het van belang om deze doelgroep vast te houden.
- Spreek de ouders die aan de kant zitten ook persoonlijk aan. Alleen een flyer en een bericht op de website is meestal niet voldoende.