

# Toekomstbestendig door een gevarieerd sportaanbod

Zo creëer je **variatie** in het sportaanbod

# Zo creëer je variatie in het sportaanbod

**De behoefte van Nederlandse sporters verandert. Uit onderzoek blijkt dat ieder jaar meer mensen gaan sporten, maar dat er steeds minder mensen lid blijven of worden van een sportvereniging. Met name flexibiliteit en afwisseling zijn belangrijke factoren in de sportbehoefte. Zorg er daarom voor dat je als zwemvereniging hier op inspeelt. Want er zijn kansen genoeg om als vereniging ook voor de 'ongebonden en multisporter' van waarde te zijn. Welke dat zijn en hoe je ze benut lees je in deze whitepaper.**

Enkele trends:

Het aantal sportaanbieders is toegenomen.

Sporters kunnen kiezen uit een breder aanbod.

Sportdeelname onder jongeren neemt af.

Kwetsbare groepen blijven achter in hun sportdeelname.

Het zijn ontwikkelingen die een uitdaging zijn voor de toekomst van veelsportverenigingen. Maar het zijn ook kansen. Want de groep wekelijkse sporters groeit sterk. Hun behoeften zijn door de toegenomen welvaart en het gebrek aan tijd wel veranderd. Hoe speel je daar als zwemvereniging op in? We geven 4 tips.



## Tip #1

### Denk in doelgroepen

De traditionele zwemclub leidt sporters op om beter te worden en uiteindelijk competitie te spelen of zwemmen. Dat vindt een deel van de Nederlanders inderdaad erg leuk en interessant. Maar een deel ook niet. Dat moet dan ook niet je enige doel zijn. Je bent er als zwemvereniging immers niet alleen om mensen te leren zwemmen, maar ook om ervoor te zorgen dat zij blijven zwemmen. Door meer te denken in doelgroepen, kun je je sportaanbod veel beter aan laten sluiten op de verschillende sportbehoeften. Vergelijk het met ganzenbord; maak het interessant voor iedereen, van 8 tot 88 jaar.

*Door meer te denken in doelgroepen, kun je je sportaanbod veel beter aan laten sluiten op de verschillende sportbehoeften.*

Dat betekent dat je niet meer alleen in 'leden' moet denken, maar veel meer in 'klanten'. Wat is hun motivatie? Sluit daar je aanbod op aan!

## Tip #2

### Ontwikkel een laagdrempelig en speels aanbod

Bij de jongste jeugd zijn er al veel kansen. Want in Nederland leert (nagenoeg) iedereen zwemmen. Maar slechts 1% van de kinderen met een zwemdiploma stroomt door naar een zwemvereniging. Ouders zijn blij dat ze niet meer naar dat warme zwembad hoeven en hun kinderen op een 'echte' sport kunnen doen. Maar ieder kind vindt zwemmen leuk. Speel hier dus op in. Gelukkig zijn er steeds meer verenigingen die met bijvoorbeeld [Swimstar](#) en [Sterrenplan](#) na de zwemlessen een laagdrempelig en speels aanbod bieden. Dat kan tegelijk een mooie overbrugging zijn naar de traditionele zwemdisciplines. Want niet ieder kind is klaar op het moment dat het sportseizoen begint. Dan is het goed om een passend 'tussentijds' aanbod te kunnen bieden.

Ook bij oudere doelgroepen zijn er veel kansen om hen te binden en behouden. Wedstrijdzwemmers stoppen relatief op jonge leeftijd met competitiezwemmen. Gelukkig zien we dat het [masters zwemmen](#) in populariteit toeneemt. Waterpoloërs gaan traditioneel tot veel hogere leeftijd door met competitie spelen, maar ook daar is een groep die stopt omdat ze niet meer wekelijks het hele land door willen reizen voor een wedstrijd. Zonde, want zij vinden het wel heerlijk om regelmatig een balletje te gooien met elkaar. Een oplossing kan zijn om een trimgroep waterpolo te maken of voor deze groep met verenigingen in de buurt regelmatig een oefentoernooitje te organiseren. Wedden dat er veel oud-leden zijn die weer interesse hebben om aan te sluiten!

## Tip #3

### Ga commerciële kansen niet uit de weg

Als je in klanten denkt in plaats van leden, kun je als vereniging veel ondernemender worden. Je moet jouw sportaanbod namelijk aan laten sluiten bij de behoeften in de markt. En die is breed. Zo is er nu bijvoorbeeld veel vraag naar hoogwaardige zwemtechniektrainingen. Niet om lid te worden van jouw vereniging, maar wel om mee te doen aan een cityswim, triatlon of gewoon omdat het gaaf is om goed borstcrawl te kunnen zwemmen. En daar hebben mensen best wat geld voor over. De KNZB heeft met [Mijnzwemcoach](#) al een mooi programma ontwikkeld die zwemverenigingen eenvoudig kunnen implementeren.



## Tip #4

### Werk samen

Ook in combinatie met andere verenigingen kun je een veel breder sportaanbod bieden. Er zijn steeds meer voorbeelden van verenigingen die met originele dwarsverbanden een gevarieerd sportaanbod creëren en zo (nieuwe) mensen langer aan zich weten te binden. Ook zijn er verenigingen die kiezen voor [bedrijfssport](#), want het bedrijfsleven hecht steeds meer waarde aan gezonde en fitte medewerkers.

### *Het bedrijfsleven hecht steeds meer waarde aan gezonde en fitte medewerkers.*

Een zwemvereniging kan trainingen, clinics en sportdagen organiseren voor medewerkers van bedrijven in de buurt. En natuurlijk kun je als vereniging ook [samen met scholen](#) een interessant sportaanbod bieden. Direct na (of zelfs tijdens) schooltijd, dichtbij de woon- en leefomgeving van de kinderen, om de drempel om te sporten zo laag mogelijk te maken.



## Aan de slag!

Wat het best bij jouw vereniging past, weet je als bestuur zelf het allerbeste. Het vraagt er wel om dat je je open stelt en omdenkt. Niet meer enkel in leden, maar in klanten. Niet meer alleen 'fulltime' abonnementen, maar ook parttime mogelijkheden. Niet meer alleen gericht op wedstrijd sport, maar echt op een leven lang zwemmen. Niet meer alleen denken aan langdurige ledenbinding, maar ook aan kortstondige (commerciële) mogelijkheden. Ga hierover met leden in gesprek, organiseer klankbordavonden en hou een exitgesprek bij een opzegging. Het geeft waardevolle informatie waarop je als vereniging kunt anticiperen.

Om er achter te komen wat er voor jouw club mogelijk is en waar jouw leden en omgeving behoefte aan hebben, moet je oog hebben voor die omgeving, je leden kennen en samenwerken. Daar hebben wij een stappenplan en verschillende ondersteunende producten voor ontwikkeld. Organiseer uitwisselingen tussen nabijgelegen (sport) clubs. Geef clinics aan scholen en bedrijven. Bied sport aan op verschillende niveaus. Maak aparte trainingsgroepen voor prestatieve en recreatieve sporters.



**knzb**

Om dit te ondersteunen gaan wij het contributiemodel aanpassen. Het contributiemodel wordt een relatiemodel dat duidelijker, eerlijker en completer is. Zo kun je als vereniging ondernemender zijn en een flexibeler, gevarieerder en passender sportaanbod creëren. Zo ben je als vereniging klaar voor de toekomst!

**Wil je meer weten of heb je ondersteuning nodig? Onze accountmanagers kennen veel goede voorbeelden en kunnen je helpen om het sportaanbod van jouw vereniging beter bij de behoeften van de verschillende doelgroepen aan te laten sluiten. Neem dus gerust [contact](#) met ons op.**