

Toolkit

Het werven van tieners



Inhoud

-  [Relevant sportaanbod](#)
-  [De trechter](#)
-  [Samenwerking scholen](#)
-  [Bring a friend](#)
-  [Gratis proeftrainingen](#)
-  [Korting op lidmaatschap](#)
-  [Financiële hulp voor jeugd](#)



Inleiding en de doelgroep

In deze toolkit richten we ons op het aantrekken van de doelgroep tieners, in dit geval ligt de focus op kinderen die naar de middelbare school gaan (grotfweg 12-14 jaar). Naar de middelbare school gaan is een zogeheten 'life changing event', dit zijn momenten in het leven die het starten en/of stoppen met sporten sterk beïnvloeden. Daarom is dit een goed moment om deze doelgroep richting de zwemvereniging te geleiden ([bron](#)).

Een belangrijk motief om te gaan sporten is voor deze doelgroep het uiterlijk. Jongeren willen graag gespierder en slank zijn. Daarnaast zijn bewezen werkzame factoren voor het aan het sporten krijgen van deze leeftijdsgroep zijn o.a. samenwerkingen rondom scholen, het betrekken van de jongeren zelf, de ouders aanhaken in het wervingsproces, positieve leerervaringen, flexibiliteit en het bieden van een veilige omgeving ([bron](#)).

Voor het binden en behouden van tieners is het belangrijk om het aanspotaanbod te laten aansluiten bij de doelgroep. Voor het werven is samenwerking met diverse stakeholders belangrijk.

In deze toolkit geven we handvatten om dit proces goed vorm te geven. Uiteraard is de inhoud een leidraad die naar eigen inzicht ingevuld kan worden.





Relevant sportaanbod

Naast het eerder genoemde uiterlijk, gaan jongeren vaak sporten om prestaties te verbeteren, om routine te hebben, voor de sociale binding en omdat ouders het stimuleren.

Het specifiek sporten bij een vereniging doet men op deze leeftijd omdat ze vinden dat het bij ze past en omdat veel vrienden sporten. Hier zijn de drempels dan weer: het hebben van andere hobby's, het niet kunnen betalen en het niet vast willen zitten aan vaste tijden voor wedstrijden/trainingen (bron).

Omdat deze doelgroep graag flexibel en met vrienden sport, kun je ervoor kiezen om voor deze leeftijdsgroep meerdere momenten dezelfde activiteit aan te bieden, waarbij leden zelf kunnen kiezen op welke momenten zij hier gebruik van maken. Dit geeft flexibiliteit. Daarnaast kan je ervoor kiezen om de activiteiten ook toegankelijk te maken voor vrienden van jouw leden. Je kan ze een bepaald aantal gratis trainingen aanbieden en/of korting op hun lidmaatschap als ze worden aangedragen door een vriend. Een andere optie is om juist een bonus te geven aan een lid als één van jouw leden een vriend lid laat worden van de club. Ook teambuilding en uitjes buiten het zwembad doen het goed bij deze doelgroep.

Aangezien het uiterlijk ook een belangrijke motivatie is, kun je hier een activiteit voor opzetten. Denk aan aqua-bootcamp of aqua-fitness. In de promotie kun je de voordelen voor het uiterlijk benoemen.

Tot slot kun je een startersgroep oprichten, zodat de jongeren op hun eigen niveau kunnen beginnen met een zwemsport.





Ga in gesprek met de doelgroep

We praten over en denken voor tieners, terwijl zij zelf het beste weten wat ze willen. Daarom raden we aan om tieners zelf in te zetten om hun leeftijdsgenoten te werven. Dit kan door ze actief bij dit onderwerp te betrekken, maar ook door met ze in gesprek te gaan over hun wensen voor de vereniging. Dit kan uitmonden in een passend sportaanbod, maar wellicht ook in een jeugdraad, activiteitencommissie of meer vrijwilligers.

Het Keep Youngsters Involved (KYI) project van Kenniscentrum Sport & Bewegen beschrijft 14 factoren die een rol spelen bij het binden en behouden van tiener. Over dit project kun je [hier](#) meer lezen. Een onderdeel van KYI is de toolbox, die een dialoog met tieners kan faciliteren. Met behulp van een kaartspel kunnen zij aangeven wat binnen de vereniging al heel goed gaat, maar ook waar nog kansen liggen om te verbeteren en beter aan te sluiten op de wensen en behoeften van tieners.

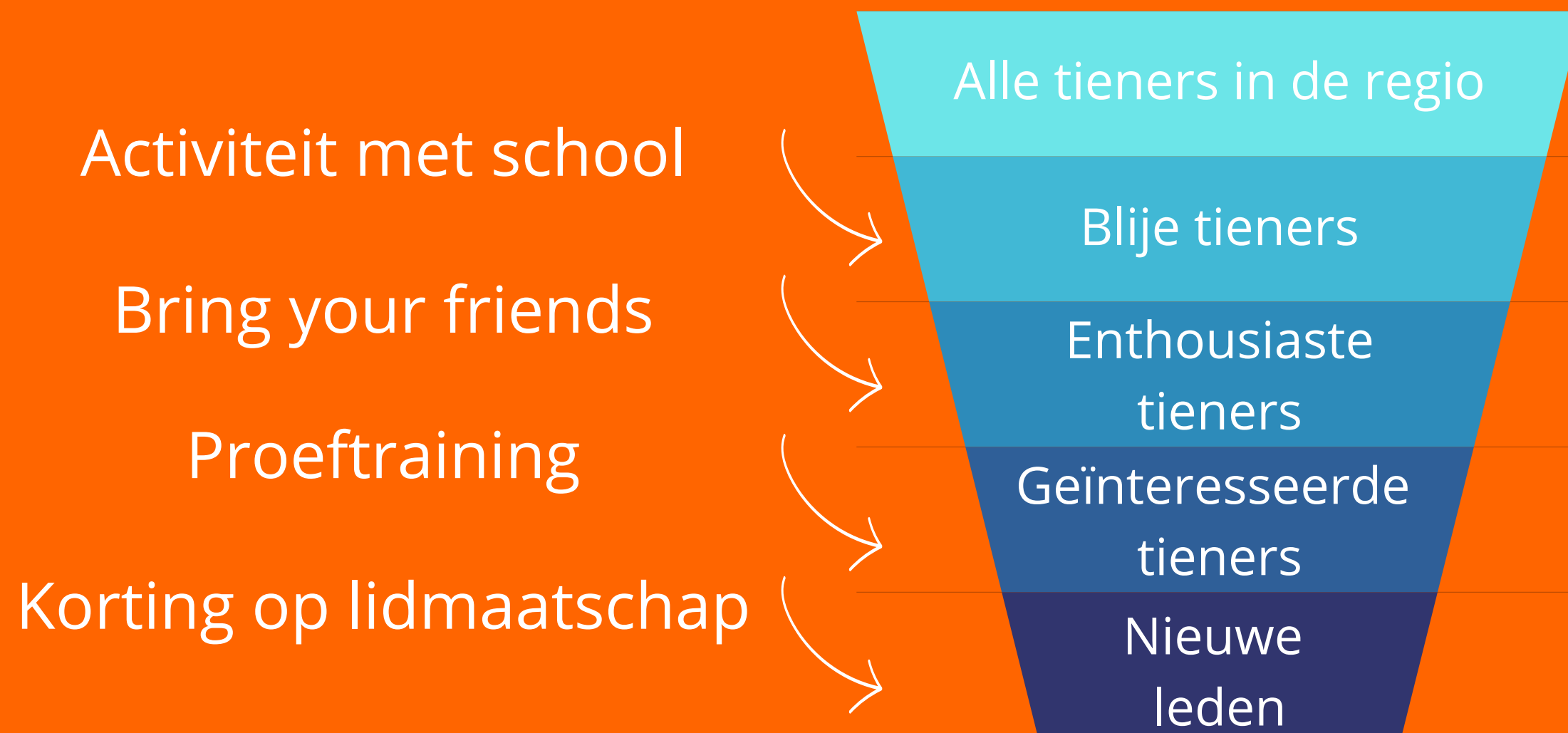
De toolbox is te vinden via [deze link](#). De KNZB heeft de fysieke variant, inclusief het kaartspel, beschikbaar voor KNZB verenigingen die hiermee aan de slag willen gaan. Wil je deze kosteloos ontvangen? Stuur dan een mailtje naar ledenwerving@knzb.nl.





De trechter

Voor het aantrekken van nieuwe leden gebruiken we het model van een trechter. Bovenin de trechter stoppen we de doelgroep, in dit geval 12-14 jarigen (voor het gemak te noemen 'tainers'), en door middel van een stappenplan proberen we aan de onderkant zoveel mogelijk nieuwe leden over te houden voor de vereniging.





Werk samen met de middelbare school

De doelgroep bestaat uit jeugd die net naar de middelbare school is gegaan. Eén ding hebben al deze jongeren gemeen: hun school. Daarom is dit een perfecte plek om hen te bereiken. Het is goed om met de school in gesprek te gaan over de mogelijkheden. Doe dit niet met de insteek 'we willen meer leden', maar zet in op welke meerwaarde je als zwemvereniging kan bieden aan de school. Denk hierbij aan de volgende mogelijkheden:

- Het geven van een aantal clinics in zwemsporten, als gymles in het water;
- Het aanbieden van gratis trainingen als onderdeel van het pakket buitenschoolse activiteiten dat door de school wordt aangeboden;
- Het organiseren van een laagdrempelig en ludiek zwemsport-toernooi, met voorafgaand optioneel enkele gratis trainingen, al dan niet onder schooltijd;
- Een onderdeel van de introductieweek van de brugklas organiseren in het zwembad;
- Het gezamenlijk organiseren van een natte sportdag, als alternatief voor de normale sportdag. Vol met leuke, grappige en sportieve activiteiten in en rondom het zwembad.
- Maatschappelijke stages bij de vereniging inzetten. Dit vergroot de betrokkenheid, zorgt voor extra handjes en bij juiste begeleiding word je door de school gezien als betrouwbare partij.

Houd voor ogen dat het doel van deze activiteit is om je gehele doelgroep kennis te laten maken met de zwemsport. Uiteraard kun je na afloop van de activiteit de deelnemers alvast uitnodigen voor gratis proeftrainingen. Dit kan bijvoorbeeld door middel van het uitdelen van strippenkaarten die recht geven op 3 gratis trainingen voor een zwemsport naar keuze. Een strippenkaart die je zelf kunt aanpassen, kun je hier vinden.





Vriendjes en Vriendinnetjes activiteit

De doelgroep heeft, bij een succesvolle activiteit in samenwerking met de middelbare school, al eens kennis gemaakt met de zwemsport. De stap naar de vereniging is nog wel groot. Tegelijkertijd zien we dat op deze leeftijd sporten samen met vrienden belangrijk is. Speel daar op in door een activiteit te organiseren voor je eigen leden én hun vrienden.

Je kunt de investering beperken door op een normaal trainingsuur een 'Vriendjes en vriendinnetjes training' te organiseren. Dit is een training waar iedereen vrienden mag meenemen. Voor de trainer belangrijk om deze training extra toegankelijk én leuk te maken, en voldoende aandacht, tips én complimenten mee te geven aan deze vrienden. Zorg dat ze zich gezien en welkom voelen.

Een andere mogelijkheid is om er een groter evenement van te maken. Denk aan een waterfestijn, waar eigen leden welkom zijn als ze minimaal één vriend meenemen. Op dit festijn spelen zij ludieke waterspelletjes én maken ze kennis met de zwemsport. De middag kun je afsluiten met een disco of het gezamenlijk eten van een berg pannenkoeken. Dat hoeft geen dure investering te zijn, maar laat wel zien hoe gezellig de vereniging is.

Uiteraard kun je ook altijd kiezen voor een middenweg. Denk aan een waterpolotoernooi op een minipoloveld, een clinic met afsluitende estafette waar vriendenteams tegen elkaar zwemmen of een workshop waar vriendinnen aan het einde samen een synchroonzwemvoorstelling geven aan de massaal toegestroomde ouders.





Kom gratis proeftrainen

Na afloop van de Vriendjes en Vriendinnetjes activiteit ontvangen de deelnemers nog een goodiebag of envelop met daarin (onder andere?) een strippenkaart om nog drie keer gratis mee te trainen. Hierdoor leren ze de sport beter kennen en maken ze alvast wat nieuwe vrienden bij de vereniging. De strippenkaart kun je hier downloaden.



Deze strippenkaart moet zo laagdrempelig mogelijk zijn om te verzilveren. Zet er dus op wanneer, waar en bij wie de jongere zich kan melden voor de gratis training. Wees uiteraard flexibel als het iemand niet schikt om op de aangekondigde datum een proeftraining te volgen.

Spreek met de trainer van deze trainingen af om genoeg aandacht te geven aan deze potentiële leden, want iedereen wil zich gezien voelen, zéker als ze nieuw zijn. En misschien zitten er ook wel hele sociale zwemmers in de groep die ervoor kunnen zorgen dat de nieuwe zwemmers direct in de groep worden opgenomen? Omdat ze waarschijnlijk via een vriend zijn binnengekomen, zal die natuurlijk automatisch helpen om die vriend zich welkom te laten voelen.

Is de jongere drie keer het water in gesprongen én enthousiast? Benut het moment om de jongere te verwelkomen als lid van de vereniging.





Geef korting op het lidmaatschap

Geld is een belangrijke drempel voor deze doelgroep om te gaan sporten. Een manier om deze drempel te verlagen is om een tijdelijke korting aan te bieden. Doordat de korting een korte periode geldig is, zal het potentiële lid sneller geneigd zijn tijdens deze periode nog snel lid te worden.

Enkele voorbeelden van korting zijn:

- Word lid in de maand augustus en betaal geen inschrijfgeld
- De eerste maand gratis zwemmen, als je in augustus lid wordt
- Word deze maand nog lid en betaal de eerste drie maanden slechts 50%

Uiteraard kun je de periodes en hoogte van de korting helemaal aanpassen naar jouw financiële situatie. Houd er uiteraard rekening mee welke kosten, als de KNZB afdracht, je maakt voor dit nieuwe lid.

Wees je ook bewust van de voordelen van meer nieuwe leden, onkdanks hun korting. Je hebt bijvoorbeeld meer ambassadeurs om mond-op-mond reclame te maken, het nieuwe lid zal na de kortingsperiode weer de volle contributie betalen en wie weet is dit nieuwe lid wel een potentiële vrijwilliger!

Weeg de voor- en nadelen tegen elkaar af en bepaal welke korting jij potentiële leden kan geven.

Mocht geld een structureel probleem zijn voor dit potentiële lid, dan zijn er fondsen die kunnen bijdragen in het betalen van de contributie. Dit lichten we in het volgende hoofdstuk toe.





Fondsen voor jongeren

Voor sommige jongeren (en hun ouders) is het een keuze waar ze hun geld aan uit geven. Voor anderen is het geeneens een overweging om lid te worden van een zwemvereniging, omdat ze dat simpelweg niet kunnen betalen. Voor hen kunnen het Jeugdfonds Sport & Cultuur of Stichting Leergeld een uitkomst bieden.

Heb je het gevoel of weet je dat potentiële leden de sport wellicht niet kunnen betalen? Verwijs ze dan door naar [Kieseensport.nl](https://www.kieseensport.nl) (Jeugdfonds Sport & Cultuur) en/of [Stichting Leergeld](https://www.stichtingleergeld.nl). Hier kunnen ze een formulier invullen om Jeugdfonds Sport & Cultuur te vragen de contributie en eventuele sportmiddelen te betalen.

Ook kun je deze gezinnen altijd doorverwijzen naar de leerkracht van hun school of iemand die ze wellicht al helpt met hun financiën. Vaak kan de lokale clubondersteuner ook helpen om de aanvraag te doen.

Houd er rekening mee dat steeds meer ouders van huidige én potentiële leden in financieel zwaar weer kunnen zitten. Wees er van bewust dat ouders bijvoorbeeld soms geen vrijwilligerswerk kunnen doen, omdat ze meerdere banen hebben om rond te komen. Wie weet kun je op meer manieren helpen? Denk aan het plaatsen van een "zwemkast" in het zwembad. Hier kunnen alle leden hun oude zwemkleding en andere zwemaccessoires in plaatsen, zodat anderen dat kunnen meenemen als ze even niks nieuws kunnen betalen.





Volgende stap

Aan de slag met een doelgroep

Zodra je alle stappen uit deze toolkit gevolgd hebt, is de kans groot dat nieuwe tieners lid zijn geworden van jouw zwemvereniging. Het is belangrijk om te blijven investeren in ledenwerving, om zo de toestroom van nieuwe leden te blijven garanderen.

Structuur en herkenbaarheid zijn belangrijk. Wellicht zijn de jongeren na een eerste kennismaking nog geen lid geworden, maar zijn ze na een tweede evenement wél overtuigd. Blijf de diverse stappen uit deze toolkit dus herhalen.

Ook voor andere doelgroepen hebben we toolkits ontworpen. Neem dus zeker een kijkje in het overzicht van de beschikbare toolkits op het gebied van ledenwerving.

Heb jij suggesties voor toolkits omtrent ledenwerving?
Laat het ons dan weten: ledenwerving@knzb.nl

