

TOOLKIT

ZWEMSPORTPROMOTIE

Inhoud

[Inleiding](#)

[Passend & relevant aanbod](#)

[De trechter](#)

[De trechter voor gemeentes en sportbedrijven](#)

[De trechter voor zwemverenigingen](#)

[Ideeën voor zwemsportpromotie](#)

[Doorstroom richting de vereniging](#)

[Best Practices](#)

[Aan de slag met de doelgroep](#)

[Open de toolkit](#)





Inleiding en de doelgroep

Deze toolkit is gemaakt om verenigingen, scholen, sportbedrijven, gemeentes en andere betrokken organisaties inspiratie en handvatten te geven hoe we kinderen na het behalen van het zwemdiploma actief kunnen laten blijven in, op en onder water.

Te veel kinderen verlaten het zwembad en missen de kans om zich verder te ontwikkelen in de zwemsport. Tegelijkertijd neemt de zwemveiligheid af, twijfelen gemeenten of schoolzwemmen nuttig is en kampen verenigingen met teruglopende instroom.

Door lokale samenwerkingen tussen verenigingen, scholen, sportbedrijven en gemeentes kan de zwemsport breed gepromoot worden en zal de zwemvaardigheid van kinderen vergroten.





Passend & relevant aanbod

Om kinderen na het behalen van het zwemdiploma in, op en/of onder water actief te houden, dien je te zorgen voor een passend en relevant aanbod voor deze doelgroep.

Kinderen die net hun zwemdiploma hebben gehaald zullen soms nog zoekende zijn in welke sport zij na de zwemles willen beoefenen. Hier zit een mooie kans om aanbod en/of instroom naar huidig aanbod te creëren voor na het zwemdiploma om kinderen in de zwemsport te houden.

Het is belangrijk voor kinderen na het behalen van hun zwemdiploma in, op of onder water actief te blijven om de zwemvaardigheid hoog te houden, zwembaden draaiende te houden en de instroom bij zwemverenigingen te vergroten.

Om dit aanbod te creëren is het belangrijk om te kijken wat er binnen de vereniging en/of gemeente mogelijk is. Welke zwemsporten zijn er binnen de vereniging(en) en/of gemeente en waar kan het aanbod bijvoorbeeld op aansluiten?





De trechter

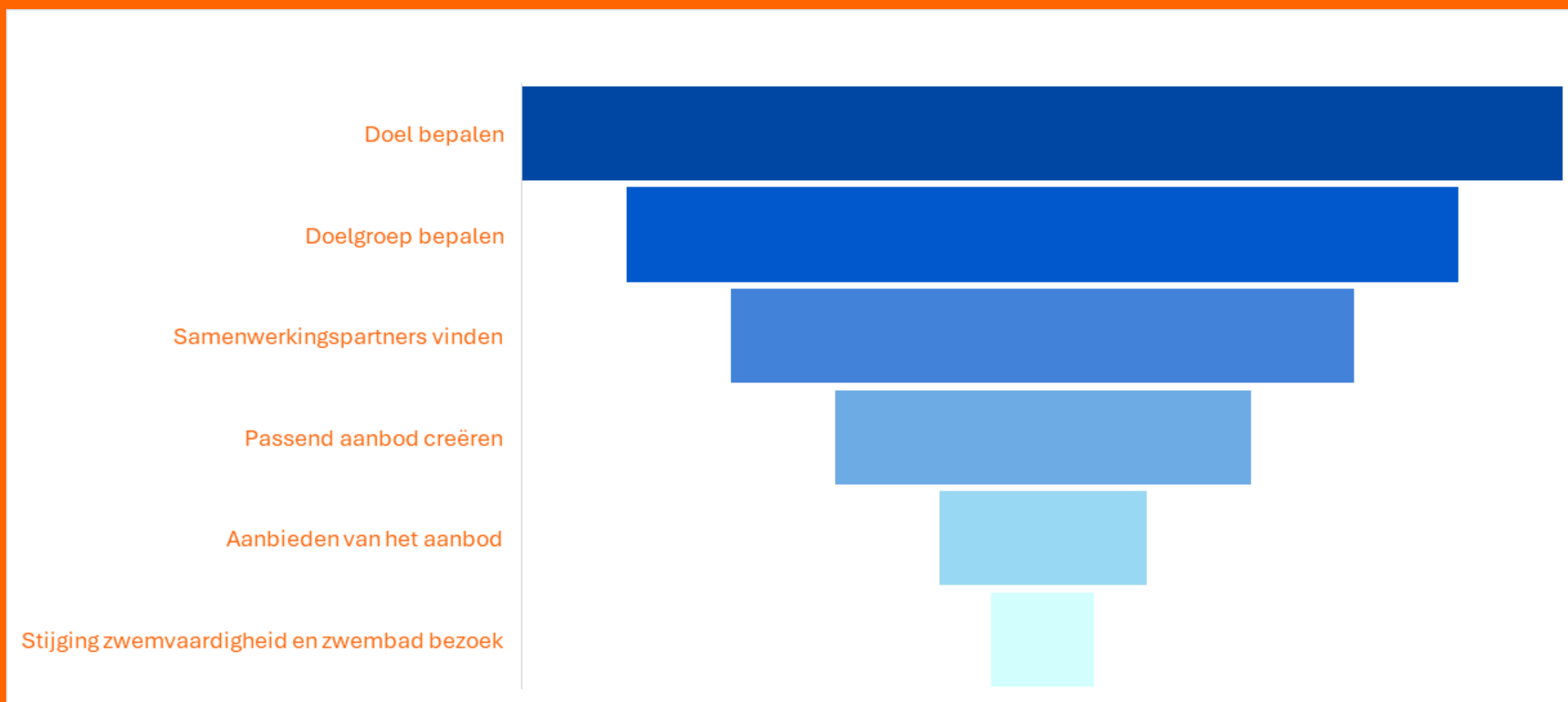
Voor het creëren van zwemsportpromotie activiteiten en het laten kennis maken van kinderen met de zwemsport gebruiken we het model van een trechter. Bovenin de trechter stoppen we de doelen die door de vereniging, gemeente en/of sportbedrijf gesteld worden. Doormiddel van een stappenplan proberen we aan de onderkant zoveel mogelijk kinderen kennis te hebben laten maken met de zwemsporten, de zwemveiligheid verhoogd te hebben, een stijging te zien in het zwembad bezoek en nieuwe leden aan te trekken voor de zwemvereniging(en).

Voor gemeentes en sportbedrijven is de uitkomst van de trechter anders dan die van zwemverenigingen. Hierdoor zijn er twee verschillende trechters vormgegeven welke op de volgende pagina's te zien zijn.



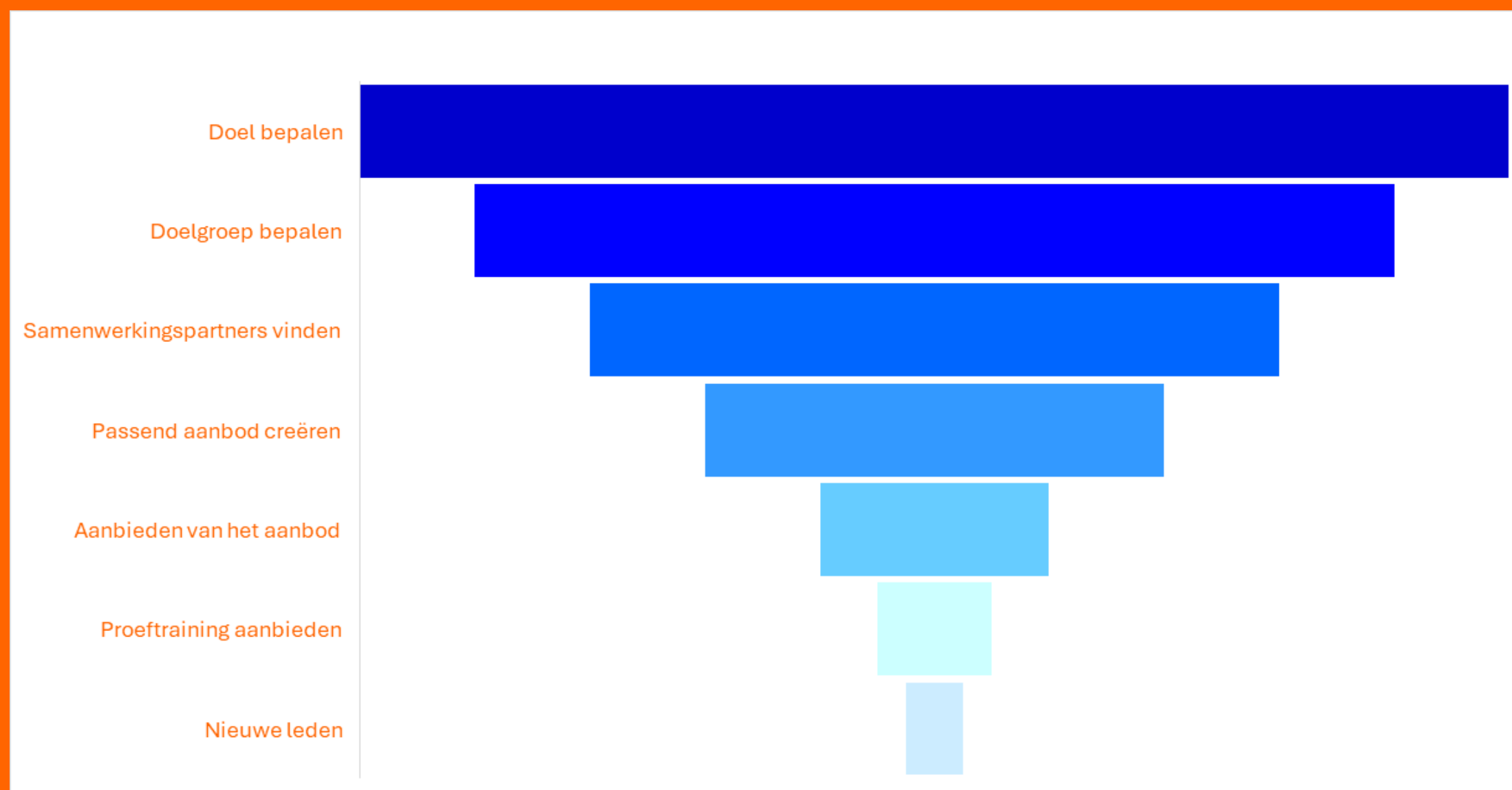


De trechter voor gemeentes en sportbedrijven





De trechter voor verenigingen





Ideeën voor zwemsportpromotie

Niet ieder zwemleskind kiest direct voor een zwemsport. Wellicht gaan ze eerst op een andere sport of leren ze een instrument spelen. Deze kinderen ben je natuurlijk niet direct voor altijd kwijt. Zorg dus dat je hen de kans biedt om wederom met de zwemsport in aanraking te komen, door bijvoorbeeld zwemsportpromotie. Denk hierbij aan bijvoorbeeld onderstaande mogelijkheden:

- Organiseer een Zwem4daagse;
- Zoek contact met de buurtsportcoach en kijk hoe je kan samen de zwemsport kunt promoten;
- Organiseer een neem je vriendje/vriendinnetje mee naar zwemtraining-dag;
- Bied in de zomer speciale activiteiten aan zoals een mini waterpolotoernooi;
- Onderzoek de mogelijkheid om samen te werken met scholen. Denk aan een natte gymles, schoolminipolotoernooi of sportdag in het water;
- Organiseer in de vakanties leuke clinics samen met de zwemvereniging(en);
- Geef spontaan een clinic tijdens het vrijzwemmen bij het zwembad. Hang bijvoorbeeld een waterpolodoeltje in het zwembad en laat kinderen vrijblijvend kennismaken met de sport.

De ervaring leert dat nieuwe initiatieven niet altijd direct effect hebben. Maar bij herhaling krijg je steeds meer deelnemers en dus waarschijnlijk ook steeds meer nieuwe leden. Gun jezelf en de vereniging die tijd!





Doorstroom richting de vereniging

Verenigingen bieden een stabiele basis voor 'Een leven lang zwemmen'. Zorg tijdens of kort na het zwemevenement voor een warme overdracht richting vervolgaanbod. Informeer de kinderen en hun ouders over de mogelijkheden en geef ze bijvoorbeeld een strippenkaart mee voor een aantal gratis proeflessen bij de club. Hierdoor vergroot wordt de kans vergroot dat kinderen zich aanmelden bij de vereniging voor één van de zwemsporten die de vereniging aanbiedt.

Naast het informeren en het eventueel aanbieden van een strippenkaart, zou er ook gedacht kunnen worden aan het uitnodigen van de kinderen en hun ouders voor een wedstrijd welke door de vereniging wordt georganiseerd. Hierdoor kunnen ze meemaken hoe de sport wordt beoefend en hoe leuk de sport is.





Best practices

De afgelopen jaren hebben we gesproken met enkele gemeentes die goed bezig zijn op het onderwerp 'Zwemsportpromotie' en hun verhalen opgeschreven, als basis om andere verenigingen en gemeentes te inspireren. Als we deze best practices analyseren zien we dat het aanbod veelzijdig is. Er wordt daarnaast een link gelegd naar het vervolgaanbod binnen de vereniging, het aanbod wordt planmatig gepromoot en er wordt nauw samengewerkt met de exploitant en/of zwemlesaanbieder.

Wil jij je ook laten inspireren door deze goede praktijkvoorbeelden? Je leest ze hier:

- [Het zwem-APK in Alkmaar](#)
- [Het brede aanbod van de Gemeente Amsterdam](#)
- [Zwempret in Horst](#)
- [Waardecheque na de zwemles bij de Dinkel in Denekamp](#)

Heb jij in jouw regio ook zo'n best practice? Mail ons via zwemsportpromotie@knzb.nl.





Volgende stap

Aan de slag met een doelgroep

Zodra je alle stappen uit deze toolkit gevolgd hebt, is de kans groot dat kinderen die net hun zwemdiploma hebben gehaald, in aanraking zullen komen met de zwemsporten en wellicht lid zullen worden bij een zwemvereniging. Het is belangrijk om te blijven investeren in zwemsportpromotie om de zwemveiligheid te blijven vergroten en om nieuwe leden naar de verschillende zwemsporten te halen.

Maar wat als je evenement de eerste keer niet veel animo trekt, kijk dan daar verschillende factoren waarom dit zo kan zijn. Is het evenement passend bij de doelgroep, hoe was de promotie van het evenement, ect. Maar denk ook aan de factoren zoals het weer, sporttijden of feestdagen. Deze factoren hebben ook invloed op de animo voor een evenement.

Als laatst zijn structuur en herkenbaarheid erg belangrijk. Wellicht zijn de kinderen na een eerste kennismaking nog geen lid geworden van de zwemvereniging of komen ze nog niet vaker naar een zwembad, maar zijn ze na een tweede evenement wél overtuigd. Blijf de diverse stappen uit deze toolkit dus herhalen.

Heb jij suggesties voor toolkits omtrent zwemsportpromotie?

Laat het ons dan weten: zwemsportpromotie@knzb.nl

