

JEUGDSPOORTMARKETING

Een elftal goede voorbeelden

In deze uitgave van Meedoen Alle Jeugd door Sport vindt u een elftal aan voorbeelden hoe sportbonden marketing ingezet hebben om meer leden te werven. Inspirerende voorbeelden, zoals de ontwikkeling van een nieuwe vorm van baseball vanuit de Base- en softballbond. Of anders hoe de Atletiekunie in Utrecht het aantal allochtone leden van 2,6% naar zo'n 10% heeft gekregen door het doorvoeren van een gedegen beleidsplan. De ervaringen van de Meedoen-bonden, gebundeld in deze uitgave zijn bruikbaar voor andere sportverenigingen en -bonden. Het biedt inspiratie en praktische handvatten om zelf met jeugdsportmarketing aan de slag te gaan.

Marketing in de oude zin van het woord ging om het verkopen van een fysiek product. De sportbonden hebben deze kennis gebruikt om hun 'product' sporten te verkopen aan moeilijk te bereiken doelgroepen door het inzetten van de klassieke 'marketing-p's'. Een hele uitdaging maar de resultaten spreken voor zich in deze uitgave.

Meedoen Alle Jeugd door Sport is een programma wat zich ten doel stelt om moeilijk te bereiken doelgroepen te interesseren voor het sporten bij sportverenigingen. De samenwerking van 9 sportbonden, 11 gemeenten en meer dan 500 sportverenigingen is hierin cruciaal. Het programma is in 2005 begonnen vanuit de kabinetsnota 'Tijd voor Sport'. In de tweede meting uit 2010 is gebleken dat er 20.000 nieuwe leden aangetrokken zijn door het programma, onder andere door het goed inzetten van Jeugdsportmarketing

In samenwerking met



Een elftal goede voorbeelden



NISB is het kennis- en innovatie-instituut dat aanzet tot sport en bewegen om participatie, leefbaarheid en gezondheid te bevorderen
Horapark 4 6717 LZ Ede Postbus 643 6710 BP Ede T (0318) 49 09 00 F (0318) 49 09 95 E info@nisb.nl W www.nisb.nl



JEUGDSportMARKETING

Een elftal goede voorbeelden

MEEDOEN
ALLE JEUGD
DOOR SPORT



VOORWOORD

De Meedoenformule mag inmiddels als bekend worden verondersteld: elf gemeenten en negen sportbonden werken samen met meer dan 500 sportverenigingen om ervoor te zorgen dat kinderen en jongeren uit aandachtswijken lid worden van deze sportclubs. De formule blijkt te werken. De ledencijfers van meedoenverenigingen laten een forse groei zien van meer dan 20.000 nieuwe jeugdleden in de periode 2007 - 2009. Dat is meer dan veertig per club. Hoe doen die verenigingen dat?

Op zoek naar een antwoord op die vraag zijn we snel geneigd om algemene succesfactoren op te sporen en deze te analyseren. Zo ligt het voor de hand om te constateren dat de meeste sportbonden door Meedoen fors hebben kunnen investeren in het sterker maken van verenigingen via het inzetten van verenigingsondersteuners en verenigingsmanagers. Tegelijkertijd hebben de bonden juist in de meedoensteden veel trainers, coaches en begeleiders opgeleid die sportactiviteiten bij de verenigingen en op scholen organiseren of daarbij assisteren. Maar ook de gemeenten laten zich niet onbetuigd. De elf grote steden hadden natuurlijk al een eigen sportstimuleringsbeleid ontwikkeld, en kregen met Meedoen de mogelijkheden om die een extra impuls te geven. Met deze extra mogelijkheden zijn gemeenten goed in staat gebleken om de contacten tussen scholen in het basis- en voortgezet onderwijs met de sportverenigingen te intensiveren. De grootste winst daarbij is dat de sportclubs door Meedoen de mogelijkheid hebben en bereid zijn om kennismakingslessen op en rond school te organiseren en de geënthousiasmeerde jeugd naar de club te leiden. Verenigingen blijken nog tot veel meer in staat. Zo maken de clubs gretig gebruik van allerlei sportpakketten, gadgets, draaiboeken en minivarianten die de bonden tijdens Meedoen hebben ontwikkeld en tonen daarnaast hun maatschappelijke betrokkenheid door onverwachte allianties aan te gaan, met bijvoorbeeld scholen ver buiten hun eigen wijk, of met migrantenorganisaties, buurthuizen en moskeeën.

Wat leren we hier nu van? Wat ons betreft dat de georganiseerde sport enorm veerkrachtig en vitaal is en dat verenigingen enorm veel zelf kunnen. Waartoe deze clubs allemaal in staat zijn, kunnen wij het beste laten zien door algemeenheden te vermijden en de verenigingscases zelf te laten spreken. Dat doen we in deze bijdrage.



De structuur die we hiervoor gekozen hebben is die van elf casebeschrijvingen. In elke beschrijving belichten wij de aanpak en het resultaat, en gaan wij in op dat waar de clubs vooral sterk in zijn gebleken: jeugdsportmarketing.

We wensen je veel leesplezier en inspiratie,

Leonie Hallers
Algemeen Directeur, Nederlandse Sport Alliantie

INHOUD

	Pagina
Inleiding	7
1 Basketball'sCool	11
2 BeeBall	17
3 Budo Sport Arnhem	23
4 Schoolsportverenigingen Rotterdam	31
5 Streetballvereniging ST4R	39
6 Urban Judo Nijmegen	45
7 Turnstad Amsterdam	51
8 Zwem Event Rotterdam	57
9 Phoenix Utrecht	63
10 Kickboxing Arnhem	69
11 Synergo Utrecht	75

COLOFON

Dit is een uitgave in het kader van het programma Meedoen Alle Jeugd door Sport (2006 – 2010) van de ministeries Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) en Wonen, Wijken en Integratie (WWI) en is tot stand gekomen op initiatief van NISB en NSA.

Eindredactie

Roel Mazure

Tekst

Bram Buiting, Klaasjan Takken

Fotografie

Willem Mes Fotografie, Voermans van Bree
Fotografie, Eigen foto's sportbonden, NISB

Vormgeving

Christa Floor, Soest

Drukwerk

Drukmotief, Apeldoorn

© NISB, Ede, september 2010

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welk andere wijze ook, zonder schriftelijke toestemming van de uitgever.

Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen

Postbus 643, 6710 BP Ede
T: 0318 - 490 900
E: info@nisb.nl
W: www.nisb.nl

Nederlandse Sportalliantie

Korte Bergstraat 15, 3811 ML Amersfoort
T: 088 - 2468100
E: info@sportalliantie.nl
W: www.sportalliantie.nl

JEUGDSPOORTMARKETING

Een elftal goede voorbeelden



INLEIDING

Wat is marketing?

Traditioneel werd marketing gezien als het geheel van activiteiten die erop gericht zijn de afzet van producten of diensten te bevorderen. Het vakgebied heeft zich echter ontwikkeld en richt zich tegenwoordig vooral op het anticiperen op de behoeften van de consument. Vertaald naar de sport leidt dat tot de centrale vraag: als bepaalde groepen mensen blijkbaar weinig voelen voor ons sportaanbod, wat kunnen wij daar dan in veranderen om wél aantrekkelijk te zijn?

Marketingmix

Een belangrijk begrip binnen de marketing is de marketingmix. Dit is de combinatie van instrumenten waarover een organisatie beschikt om een doelgroep te bereiken.

Een belangrijke theoreticus op het gebied van de marketingmix is Jerome McCarthy. Hij stelt dat marketeers in essentie vier variabelen of ingrediënten kunnen gebruiken bij het opstellen van een marketingplan. Deze variabelen zijn prijs, promotie, product en plaats, vaak de 4 P's genoemd. Overigens is het originele 4P-model van McCarthy in de loop van de tijd vele malen uitgebreid en aangepast.

De theorie stelt dat doelgroepen bereikt kunnen worden door te sleutelen aan de P's. Wie bijvoorbeeld niet in sport geïnteresseerd is vanwege de hoogte van de contributie, is wellicht wel geïnteresseerd als die prijs verandert. Wie niet eerst een kwartier wil reizen om bij een sportvereniging te komen, doet wellicht wel mee als hij kan sporten in de eigen wijk.

Vertaling naar jeugdsportmarketing

Sport en bewegen zijn juist belangrijk voor kinderen en jongeren. Niet alleen vanuit het oogpunt van de gezondheid, maar ook in sociaal opzicht. Bovendien is het voor de toekomst belangrijk dat zij op jonge leeftijd met sport in aanraking komen. Daardoor is de kans groter dat zij ook op latere leeftijd blijven sporten.

‘Meedoen Alle Jeugd door Sport’ heeft tal van projecten opgeleverd, waarmee de instroom van jeugd in de sportverenigingen is vergroot. In al die projecten hebben betrokken organisaties de instroom van jeugd vergroot door aandacht te besteden aan een of meer P's uit de marketingmix.

In deze publicatie zetten we zoals gezegd elf succesvolle verenigingsprojecten op een rijtje. Daarbij leggen we de nadruk op 5 P's. Naast de klassieke 4 P's van McCarthy, voegen wij er de P van personeel aan toe. Aanwas van jeugdleden heeft immers vaak een personeel aspect. Ten eerste hebben verenigingen voldoende kader nodig om grotere aanwas te kunnen opvangen. Ten tweede is voor het bereiken van specifieke doelgroepen vaak naast uitbreiding, ook aanpassing van het kader nodig. Denk bijvoorbeeld aan allochtone meisjes die soms om culturele en religieuze redenen niet onder een mannelijke trainer willen sporten. Om die meisjes te bereiken zijn dus investeringen in vrouwelijke trainers nodig. En dat betekent een aanpassing op het gebied van personeel.

Bij elk van de elf voorbeelden geven we aan welke P's een rol spelen en hoe de betrokken organisaties daarvan gebruik maken. Bovendien hebben we uit ieder goed voorbeeld een algemene ‘les’ benoemd, die andere sportverenigingen kan inspireren. Misschien om het op dezelfde manier aan te pakken en zo de instroom van jeugd te vergroten. Of misschien om lessen uit verschillende goede voorbeelden te combineren en tot een unieke eigen aanpak te komen. Hoe dan ook, de elf uiteenlopende voorbeelden hebben allemaal succes geboekt en meer jongeren in beweging gebracht. Samen vormen zij een bron van inspiratie, waarvan we hopen dat veel sportbonden, gemeenten, sportservicebureaus en vooral sportverenigingen die zullen aanboren.



BASKETBALL'SCOOL



1 BASKETBALL'SCOOL

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding
Basketball'sCool is een initiatief van de Amsterdamse basketbalvereniging Harlemlakers. Het biedt kinderen van 6 tot 12 jaar de mogelijkheid om iedere zaterdagochtend anderhalf uur te trainen onder begeleiding van gediplomeerde basketbaltrainers. Kinderen maken dankzij de afwisselende spelvormen op een speelse, laagdrempelige manier kennis met de sport en met de vereniging. De kosten voor deelname zijn laag. Kinderen kunnen bovendien per zaterdag beslissen of zij mee willen doen. De Basketball'sCool-stempelkaart stimuleert kinderen wel om regelmatig deel te nemen, want bij acht stempels krijgen zij een shirt; bij vijftien keer deelnemen zelfs een echte basketbal.

Deelnemers aan Basketball'sCool zijn niet op de traditionele manier lid van een basketbalvereniging. Om toch binding te bewerkstelligen en de deelnemers bovendien in een collectieve verzekering te kunnen opnemen, heeft de basketbalbond tegen geringe kosten een speciaal lidmaatschap gecreëerd. Basketball'sCool biedt kinderen de mogelijkheid om langere tijd en tegen beperkte kosten met de sport kennis te maken. Basketball'sCool is bovendien vrijblijvender dan een volwaardig lidmaatschap van de vereniging. Maar door structureel deel te nemen aan de basketbalschool is de stap om volwaardig lid te worden van de vereniging niet meer zo groot. Door gebrek aan accommodatie heeft Harlemlakers echter een wachtlijst. De vereniging toetst kandidaatleden dan ook op talent en motivatie.

Achtergrond

Enige jaren geleden speelde Harlemlakers in Badhoevedorp en had de vereniging slechts zestig leden. Om haar eigen toekomst veilig te stellen, wilde Harlemlakers zich versterken. De club besloot zich te richten op kinderen van 6 tot 12 jaar. Acht spelers van de vereniging volgden een trainerscursus en gingen korte reeksen van introductielessen verzorgen op basisscholen in Badhoevedorp. Het enthousiasme van de trainers werkte aanstekelijk. Kinderen die aan de trainingen deelnamen, verbeterden zich snel, maar wilden bovendien vaker trainen. Terwijl Harlemlakers nadacht over mogelijkheden om aan die wens gehoor te geven, zocht de basketbalbond verenigingen die mee wilden doen aan het project Meedoen Alle Jeugd door Sport. Hoewel de ambities van dat project volledig samenvielen met de ambities van de Harlemlakers, kwam Harlemlakers niet in aanmerking. Thuishaven Badhoevedorp behoorde namelijk niet tot de elf deelnemende gemeenten. Verhuizing van de vereniging naar het Amsterdamse stadsdeel Nieuw West, slechts een paar kilometer noordelijker, was een optie. De club had meer argumenten voor een verhuizing. In Nieuw West was namelijk een aantrekkelijk multifunctionele sportaccommodatie verzezen. Die ligt bovendien midden in een multiculturele woonwijk, met een grote groep potentiële basketbalspelertjes. Nog een voordeel van verhuizing naar de Callandhal vormde de burens; de enige LOOT-school in Amsterdam. Dat bood perspectief op samenwerking. Verder bleek de vereniging door een gunstige subsidieregeling van de gemeente Amsterdam minder kosten aan zaalhuur kwijt te zijn. Hierdoor kwam er meer geld vrij voor het investeren in jeugdtrainers. Omdat door deelname aan het project Meedoen ook nog eens geld beschikbaar kwam, kon Harlemlakers voor een zeer aantrekkelijk tarief kinderen laten basketballen.

DE P'S

Promotie

Harlemlakers maakt actief promotie door op basisscholen in het stadsdeel Nieuw West kennismakingslessen en clinics te verzorgen. De vereniging organiseert bovendien tweemaal per jaar een schoolbasketbaltoernooi, dat door middel van flyers en posters onder de aandacht wordt gebracht. Bovendien gaan jeugdleden de klassen in om basketbal te promoten. Tijdens het schooltoernooi begeleiden jeugdspelers van de vereniging de schoolteams. Deze jeugdspelers zorgen voor het contact en geven gezicht aan de vereniging. De introductielessen en het toernooi werken als een tweetrapsraket om kinderen voor Basketball'sCool uit te nodigen. Tijdens het toernooi krijgen de kinderen een flyer met informatie over Basketball'sCool.



Harlemlakers heeft een poule van tien jonge trainers die voor Basketball'sCool rouleren en daarvoor een kleine uurvergoeding krijgen van tien euro. Iedere zaterdag is er naast de trainers ook een zogenaamd aanspreekpunt aanwezig. Die registreert de betalingen, stempelt de kaarten af, beantwoordt vragen en onderhoudt het contact met ouders van deelnemende kinderen. Het aanspreekpunt registreert de deelname en belt deelnemers, als die een aantal keer achter elkaar niet meegedaan hebben.

Product

Met Basketball'sCool verbreden Harlemlakers en andere basketbalverenigingen hun traditionele aanbod. Deelnemers aan Basketball'sCool zijn weliswaar nog geen volwaardig lid van een vereniging en de bond, maar dankzij de stempelkaart die deelnemers krijgen, is er wel binding. De basketbalbond erkent het nieuwe product en heeft voor de deelnemers een speciaal lidmaatschap gecreëerd. Ook dat is een vorm van binding. Bovendien zijn de deelnemers daardoor collectief verzekerd.

Plaats

Door de verhuizing naar Amsterdam Nieuw West speelt Harlemlakers midden in een nieuwe, jonge en multiculturele wijk met een enorm potentieel aan basketbalspelers. De accommodatie staat midden in de wijk, is goed bereikbaar en heeft een LOOT-school als buur, waarmee de vereniging samenwerkt. Denk ondermeer aan stageplekken voor leerlingen uit de basketbalklas van de LOOT-school.

Prijs

Dankzij financiële bijdragen van het project Meedoen Alle Jeugd door Sport kan de eigen bijdrage van deelnemers aan Basketball'sCool aantrekkelijk blijven. Zij betalen €2 per keer voor 1,5 uur basketbal of kopen een stempelkaart die voor 15 euro recht geeft op tien trainingen. Met de stempelkaart sparen de deelnemers voor een T-shirt of een basketbal.

Personeel

Basketballs'Cool wordt op zaterdagochtend geleid door een gediplomeerde hoofdtrainer in samenwerking met vier jeugdleden van 16 tot 20 jaar die zijn opgeleid tot trainer.

Resultaten

Basketballs'Cool is in januari 2008 gestart met 50 à 60 deelnemers, die tijdens het voorafgaande kerstbasketbaltoernooi werden geworven. Harlemlakers is dankzij Basketballs'Cool gegroeid naar ruim 200 leden. Bovendien waren in 2009 85 kinderen geregistreerd als deelnemer aan Basketball'sCool.

Door het succes in Amsterdam Nieuw West hebben in het seizoen 2008-2009 ook andere Amsterdamse basketballverenigingen in andere wijken Basketball'sCools opgericht. In het seizoen 2009-2010 zijn er nog vier locaties in Amsterdam bijgekomen. Om de opzet van Basketball'sCool in de verschillende wijken te standaardiseren richtte de Nederlandse Basketball Bond (NBB) in samenwerking met de Amsterdamse Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling in augustus 2009 de stichting Amsterdam Basketball'sCool op. Voor de deelnemende kinderen wordt Basketball'sCool daardoor alleen maar interessanter; regelmatig spelen wijken tegen elkaar.

Meedoen Alle Jeugd door Sport stimuleert om succesvolle initiatieven elders te implementeren. De basketballbond loopt daarin voorop. In Utrecht, Dordrecht, Tilburg en Arnhem zijn al Basketball'sCools actief of in ontwikkeling. In 2010 wil de bond het succes ook buiten de elf Meedoen-gemeenten verspreiden. In Heerenveen, Alkmaar, Weert, Sittard en Maastricht zijn inmiddels ook plannen voor Basketball'sCool in ontwikkeling.

Voor meer informatie: www.basketballunites.nl/amsterdam/

TIP – Verleng kennismakingsperiode met tussenstap

In het traditionele model krijgen scholieren op school vier tot acht kennismakingslessen van een sportvereniging. Vervolgens mogen enthousiaste scholieren nog een paar keer bij de vereniging meetrainen. Daarna is de sprong naar een volwaardig lidmaatschap voor jonge kinderen en tieners vaak erg groot. Zoek naar een tussenstap, die aspirant-leden volop de ruimte geeft om de sport en de vereniging te leren kennen. Basketball'sCool is zo'n tussenstap.

2 BEEBALL



2 BEEBALL

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓		

Inleiding
BeeBall is een nieuwe vorm van honkal en softbal waarmee jonge kinderen op een speelse manier met de echte sport in aanraking worden gebracht. Bij een aantal demonstratiewedstrijden heeft het spel al veel enthousiasme losgemaakt. De Koninklijke Nederlandse Base- en Softball Bond (KNBSB) is volop bezig de nieuwe spelvorm te promoten bij aangesloten verenigingen en scholen. BeeBall is ook beproefd tijdens een sportdag voor mensen met een lichamelijke of geestelijke beperking. Zowel deelnemers als hun begeleiders toonden zich erg enthousiast over BeeBall. Tijdens een integratiesportdag in Beek is zelfs geëxperimenteerd met BeepBall (de p is geen schrijffout!), een variant van BeeBall voor visueel gehandicapten. Ook daar waren deelnemers enthousiast. BeeBall lijkt aan de vooravond te staan van een opmars.

Achtergrond

Honkbal en softbal zijn technisch moeilijk. Deze sporten vragen een combinatie van kracht en een goed ontwikkelde oog/arm-coördinatie. Voor jonge kinderen zijn beide nog onvoldoende ontwikkeld om lekker te kunnen honk- of softballen. Toch is het belangrijk voor een sportbond om kinderen al op jonge leeftijd met de sport in aanraking te brengen.

De KNBSB realiseerde zich dat al in 1975, toen de bond peanutbal introduceerde. Deze voorloper van honk- en softbal was bedoeld voor kinderen van 5 tot 10 jaar. Hoewel Peanutbal wel enig succes boekte, werd na verloop van tijd duidelijk dat het spel voor jonge kinderen te statisch is. Bovendien was de 9 inch ball (een standaard-honkbal) voor jonge kinderhanden eigenlijk te groot, maar er waren nog geen alternatieven.

Omdat peanutbal onvoldoende succesvol was, begon de KNBSB aan de ontwikkeling van een alternatief. De bond zocht en kreeg daarbij adviezen van vakleerkrachten lichamelijke opvoeding. Dat leidde tot voor honk- en softbal ongewone spelregels. Zo wordt in BeeBall een vangbal – voor jonge kinderen echt een prestatie! – gewaardeerd met een vol punt.

BeeBall wordt gespeeld in kleinere teams dan honk-, soft- of peanutbal. Daarmee is de sport ook sociaal aantrekkelijker voor jonge kinderen.

De spelregels zijn eenvoudiger en er wordt gespeeld met zachte knuppels en ballen.

Binnen BeeBall bestaan twee varianten. Rookie League is bedoeld voor kinderen van 5 tot 8 jaar. Zij spelen met een bal met een doorsnede van 8 inch. Hun veld is driehoekig, met maar drie honken.

Kinderen van 8 tot 12 spelen Major League BeeBall. Hun bal is een halve inch groter, hun veld heeft vier honken, maar is kleiner dan een echt honkbalveld.

Een belangrijke afwijking van het ‘normale’ honkbal, is dat de veldspelers in BeeBall verplicht zijn om iedere keer een positie op te schuiven. Zo leren jonge spelertjes proefondervindelijk dat de eerste honkman een andere rol heeft dan een velder.

BeeBall kan ook indoor worden gespeeld.

DE P'S

Promotie

De KNBSB is vanaf het voorjaar van 2010 druk bezig om BeeBall onder de aandacht te brengen. De bond heeft het TROS-televisieprogramma Z-sport zo ver gekregen dat het aandacht aan de nieuwe sport gaat besteden. Daarmee bereikt de bond in een keer 900 duizend jonge kijkers en in jeugdsport geïnteresseerde volwassenen, waaronder veel vakleerkrachten lichamelijke opvoeding.

De KNBSB heeft een nieuwe website geheel gewijd aan BeeBall. Op de site komt ook een digitaal spel, gebaseerd op BeeBall. Daarmee hoopt de bond jonge aspirantspelers langer vast te houden. Op de site staat ook een animatiefilmpje waarin het spel helemaal wordt uitgelegd.

De bond zet ook oude vertrouwde promotiematerialen in, zoals flyers en boekjes. Een nieuw boekje over BeeBall bevat een handige kaart waarop in een oogopslag de spelregels duidelijk worden. In dat boekje – dat wordt toegestuurd aan alle verenigingen die bij de KNBSB zijn aangesloten – staan de doelstellingen en de spelregels voor kinderen duidelijk beschreven. Het boekje kan ook bij de bond worden aangevraagd.



De KNBSB richt zich niet alleen op aangesloten verenigingen, maar ook op belangrijke opleidingen als de ROC's, CIOS'en en op organisaties als de KVLO (organisatie voor vakkrachten lichamelijke opvoeding). Via deze kanalen weet de bond ook scholen te bereiken.

Product

BeeBall is een nieuwe spelvorm die weliswaar lijkt op de volwassen vormen honkbal en softbal maar helemaal gericht is op jonge kinderen. Daarmee hebben honkbal- en softbalverenigingen de beschikking over een nieuw aanbod waarmee zij jonge kinderen voor de sport kunnen interesseren.

Plaats

BeeBall is niet gebonden aan een honkbal- of softbalveld. Omdat het spel weinig ruimte vraagt, kan het ook op schoolpleinen en zelfs in gymnastiekzalen gespeeld worden.

Resultaten

Vanaf 2010 besteedt de KNBSB veel tijd en aandacht aan de introductie van BeeBall. Voor concrete resultaten is het dan ook nog te vroeg.

TIP – Analyseer de eigen sport

Kinderen en jongeren kunnen genadeloos eerlijk en behoorlijk zwart/wit zijn in hun oordeel. Ze vinden een sport geweldig of juist helemaal niets. Om de aantrekkelijkheid van de eigen sport te vergroten, kan eerlijke en grondige analyse van alle aspecten van die sport nuttige informatie opleveren. Biedt de sport voldoende afwisseling, snelheid, spanning, beweging, etc ? Hoe kunt u het spel aanpassen om de zwakke punten te versterken? Wees creatief, laat de regels van de traditionele sport helemaal los en ontwikkel een spel dat nog aantrekkelijker is.

3 BUDO SPORT ARNHEM



3 BUDO SPORT ARNHEM

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding
Weinig sportorganisaties stellen zo nadrukkelijk hun maatschappelijke rol centraal als Budo Sport Arnhem. In de statuten van de stichting staat onder ‘Doel’ letterlijk: Het bevorderen van de sportuitoefening, meer in het bijzonder op het gebied van de judo sport en het creëren van mogelijkheden voor betaalbare sport, teneinde daarmee een maatschappelijk/sociale mentaliteitsverbetering te bewerkstellingen. Budo Sport Arnhem benoemt in haar statuten ook een aantal secundaire doelen: de integratie van leeftijd- en bevolkingsgroepen en het bestrijden van het sociaal isolement van gezinnen en mensen in achterstandsituaties.

Budo Sport Arnhem heeft als stichting geen winstoogmerk en zou dus concurrerend kunnen zijn voor meer commercieel georiënteerde sportscholen. Bewust kiest de organisatie daarom voor vestiging in Presikhaaf, een wijk in Arnhem met weinig sportaanbod. Bovendien zoekt Budo Sport Arnhem de samenwerking met andere sportaanbieders met als doel daarop aanvullend te zijn en niet concurrerend.

Vanuit haar ideële achtergrond gaf Budo Sport Arnhem al kennismakingslessen judo op scholen in achterstandswijken, toen minister Vogelaar die wijken nog niet als krachtwijken had benoemd. Budo Sport Arnhem ontving daarvoor de 'Alliantietrofee School en Sport' als beste samenwerkingsproject tussen onderwijs en sport in de provincies Gelderland en Overijssel. Nadat in 2007 Meedoen Alle Jeugd door Sport van de grond kwam en Budo Sport Arnhem zich daarbij aansloot, kwam die activiteit op scholen in een stroomversnelling. Niet alleen bereikte Budo Sport Arnhem veel scholen, maar veel kinderen toonden belangstelling voor een vervolg. Daarop richtte Budo Sport Arnhem dependances op in een aantal Arnhemse wijken.

Kinderen krijgen daar les van gediplomeerde judodocenten. Veel van die kinderen maken gebruik van de korting die het Jeugdsportfonds en de Arnhem Card biedt. Voor de judo-examens moeten zij naar de hoofdvestiging in Presikhaaf komen. Voor een aantal kinderen van allochtone afkomst uit de wijk Presikhaaf waar de hoofdvestiging zit, bleek dat een probleem: hun moeder kon niet fietsen en was dus niet in staat om hun kinderen te brengen. Dat leidde bij Budo Sport tot een nieuw initiatief: fietslessen voor allochtone vrouwen. Die activiteit trok de aandacht van huisartsen in de wijk. Dat leidde tot samenwerking en een 'Bewegen op recept'-aanpak, waarbij huisartsen en fysiotherapeuten (allochtone) vrouwen die te weinig bewegen naar Budo Sport Arnhem gingen verwijzen. Door het contact met de medesporters en docenten leerden zij de club kennen en vertrouwen. Dat verlaagde de drempel voor veel allochtone kinderen. Het bracht echter ook aan het licht dat veel meisjes van allochtone afkomst niet mogen judo-en, omdat bij de sport teveel sprake is van lichamelijk contact. Voor Budo Sport Arnhem was dat de reden om haar activiteiten uit te breiden en Taekwondo aan te bieden aan allochtone meisjes. Inmiddels is dat zo succesvol dat de vereniging niet alleen is aangesloten bij de Judo Bond Nederland, maar ook bij de Koninklijke Nederlandse Krachtsport en Fitnessfederatie (waar Taekwondo onder valt). Voor kinderen die niet van judo of taekwondo houden, biedt de club ook lessen streetdance, clipdance en capoeira.



DE P’S

Promotie

Met de kennismakingslessen op de scholen heeft Budo Sport Arnhem duizenden scholieren bereikt. Kinderen uit alle groepen krijgen tijdens de lessen op school allemaal een judopak aan. Wie meer wil judo-en is welkom in Presikhaaf of op een locatie in de wijk. Na de trainingen in de wijk stromen de kinderen die verder willen door naar de uitvalsbasis van de club. Gedurende het voortraject in de wijk kunnen kinderen al deelnemen aan (neven)activiteiten van de club. Een jaarlijks hoogtepunt in de zomer is het judokamp voor 8- tot 14-jarigen. Oudere leden van de club gaan mee als begeleiders/vrijwilligers.

Product

Hoewel Budo Sport Arnhem in de eerste plaats een judoschool is, heeft de organisatie haar activiteiten uitgebreid met andere activiteiten die voor (allochtone) kinderen en jongeren van 3 tot 16 jaar aantrekkelijk zijn, zoals taekwondo, breakdance, capoeira en clipdance.

Interessant zijn de fietslessen voor (allochtone) vrouwen, waarmee Budo Sport Arnhem de weg om te sporten vrij maakt voor veel jongere kinderen (zie inleiding).

Naast het intensieve beweegelement dat het aanbod kenmerkt, besteedt Budo Sport Arnhem veel aandacht aan de opvoedende aspecten van de lesuren. Onderling respect staat hoog in het vaandel van de organisatie.

Plaats

Stichting Budo Sport Arnhem heeft in een aantal Arnhemse wijken dependances opgericht, waar kinderen in ieder geval gedurende een kennismakingsperiode terecht kunnen. Wie op hoger niveau wil judo-en, wordt uitgenodigd naar de hoofdvestiging in Presikhaaf te komen.

Prijs

Budo Sport Arnhem streeft ernaar financiële drempels voor mensen in achterstandssituaties te beperken. Door middel van het jeugdsportfonds en de ArnhemCard kunnen mensen met weinig financiële draagkracht toch bij Budo Sport Arnhem terecht. Bij Budo Sport Arnhem kunnen kinderen ook gebruik maken van een reductieregeling van de stichting zelf. Per kwartaal loopt de contributie op van 8 via 16 en 24 euro tot het gewone bedrag.

De organisatie is bovendien partner van de Stichting Leergeld, die bijspringt als mensen om financiële redenen buitengesloten dreigen te raken. Voor kinderen die via de kennismakingslessen op school in een dependance in de wijk instromen, hanteert de stichting een contributiebedrag dat aanvankelijk 75 procent lager is dan de standaardcontributie. Per kwartaal gaan de kinderen meer betalen. Na een jaar betalen zij pas de volle contributie. Door deze opzet kunnen kinderen tegen een aantrekkelijke prijs kennismaken met Budo Sport Arnhem.

Personeel

Het kader van de stichting besteedt veel aandacht en zorg aan de diversiteit binnen Budo Sport Arnhem. Dat gebeurt door het aantrekken van drie allochtone sportdocenten en binnen de sportlessen aandacht te besteden aan het respectvol met elkaar omgaan. De activiteiten van Budo Sport Arnhem richten zich uitdrukkelijk op duurzame interculturele ontmoetingen. Dit blijkt ook uit het bestand van de deelnemende sporters: het is een gezonde mix van diverse culturen: arm en rijk, oud en jong, allochtoon en autochtoon.

Resultaten

In totaal heeft de stichting Budo Sport Arnhem nu rond de 920 betalende leden. Ongeveer de helft daarvan zijn kinderen, waarvan zo’n twintig procent gebruik maakt van de reductie die het jeugdsportfonds en de ArnhemCard biedt.

Bijzonderheden

Budo Sport Arnhem heeft als sportorganisatie in de Arnhemse wijk Presikhaaf nadrukkelijk een buurtfunctie. Het Luifeltje, de kantine van Budo Sport Arnhem, fungeert als buurtcentrum, ook voor niet-sporters. Kinderen en volwassenen zijn er welkom en maken graag gebruik van de faciliteiten en de gezelligheid.

Budo Sport Arnhem probeert haar buurtfunctie te versterken door deel te nemen aan veel wijkgerichte projecten. Door een goede samenwerking met het buurthuis en basisscholen en zitting te nemen in de verschillende wijkcommissies, worden de krachten gebundeld en kan optimaal van elkaars kwaliteiten gebruik worden gemaakt.

Budo Sport Arnhem richt zich niet alleen op de jeugd, maar organiseert ook sport- en beweegactiviteiten voor volwassenen. De stichting organiseert onder meer veel sport- en beweegactiviteiten voor 50+-ers.

Voor meer informatie: www.budosportarnhem.nl

TIP – Onderzoek wat u voor de wijk kunt betekenen

Een variant op een beroemde uitspraak van John Kennedy: ‘Vraag niet wat de gemeente voor u kan doen, maar vraag wat u voor de gemeente (lees: een wijk) kunt doen.’ Budo Sport Arnhem heeft met haar activiteiten en aanpak enorm veel goodwill gekweekt bij de gemeente, bij wijkorganisaties en bij (allochtone) wijkbewoners. Het trekt daardoor leden, maar doet bovendien makkelijker een beroep op andere organisaties in de wijk.

4 SCHOOLSPORTVERENIGINGEN ROTTERDAM



4 SCHOOLSPORTVERENIGINGEN ROTTERDAM

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓		✓

Inleiding

Als de berg niet naar Mozes komt, dan moet Mozes wel naar de berg gaan. Dat gezegde is illustratief voor het Rotterdamse project rond Schoolsportverenigingen. Schoolsportverenigingen zijn dé oplossing voor wijken met weinig of geen sportverenigingen. Om te voorkomen dat leerlingen grote afstanden moeten afleggen naar een sportvereniging – wat voor jonge kinderen vaak een te hoge drempel is om lid te worden van een vereniging – komen de verenigingen naar de wijk. Leerlingen kunnen direct na schooltijd en in de nabijheid van school sporten. Ze krijgen les van clubtrainers, worden volwaardig lid van de sportvereniging en spelen uiteindelijk ook mee in de reguliere competitie, maar trainen in de wijk.

Achtergrond

In de oudere, centraal gelegen wijken van Rotterdam zijn niet veel sportverenigingen gevestigd. Voor kinderen in de basisschoolleeftijd is de afstand naar verafgelegen sportparken vaak een probleem. In het kader van het Proeftuinen-project van NOC*NSF is Rotterdam Sportsupport in samenwerking met plaatselijke sportverenigingen op een aantal scholen in oudere wijken in de stad zogenaamde Schoolsportverenigingen begonnen.

In het basismodel van een Schoolsportvereniging zijn minimaal vier sportverenigingen aan een school gekoppeld. Die verenigingen stellen trainers beschikbaar om naschools in de school of in de onmiddellijke nabijheid daarvan trainingen te verzorgen. Basisscholieren van deelnemende scholen kunnen dus kiezen uit minimaal vier sporten.

Dankzij de opzet van Schoolsportverenigingen kunnen kinderen structureel sporten. Eerst volgen zij een aantal proeftrainingen. Daarna worden zij volwaardig lid van de betrokken sportvereniging en spelen hun wedstrijden indien mogelijk en gewenst in het weekend met hun schoolteam ook gewoon op de sportaccommodatie van die vereniging. Voor de deelnemende sportvereniging is de Schoolsportvereniging een aanvulling op de normale activiteiten, maar wel een met onmiddellijke opbrengst: meer jeugdleden, grotere naamsbekendheid en een positief imago als vereniging die actief bijdraagt aan het oplossen van een maatschappelijk probleem.

De schoolsportverenigingen zijn veelal gevestigd in de oude wijken van Rotterdam, waar het percentage allochtone kinderen hoog is. Het succes van de schoolsportverenigingen betekent automatisch dat meer kinderen uit sociaal kwetsbare milieus structureel zijn gaan sporten. Een neveneffect is dat de deelnemende verenigingen meer gemengd worden en daarmee ook meer een afspiegeling vormen van de samenleving.

Opzet

Onder leerlingen van scholen die een schoolsportvereniging willen starten, wordt gepolst welke sporten zij willen doen. Uit de populairste sporten wordt een selectie gemaakt. Rotterdam Sportsupport probeert vervolgens bij elke sport een vereniging te betrekken voor het verzorgen van trainingen. Deze trainingen vinden direct na schooltijd op een veld of in een gymzaal op of vlakbij de school plaats.

In een proefperiode van zes weken kunnen de leerlingen zelf ondervinden of de gekozen sport bij hen past. Na deze periode maken de leerlingen, met hun ouders, de keuze of ze lid worden van de sportvereniging. Op een speciaal georganiseerde ouderavond krijgen de ouders nog eens extra uitleg over de schoolsportvereniging. De sportvereniging is aanwezig om uitleg te geven over het lidmaatschap van de vereniging. Een belangrijk onderdeel daarbij is het vrijwilligerswerk dat van de ouders wordt verwacht.

Kiezen de leerling en ouders om door te gaan met de trainingen, die dan nog steeds bij de school worden gegeven, dan is vanaf dat moment reguliere contributie verschuldigd voor het volwaardig lidmaatschap van de sportvereniging. Indien financiën voor ouders een probleem zijn, dan kunnen de kinderen gebruik maken van het Jeugdsportfonds. De leerlingen spelen hun wedstrijden bij de vereniging zelf, maar blijven op of in de nabijheid van de school trainen.

DE P'S

Promotie

Bij schoolsportverenigingen is de promotie gericht op drie pijlers. De eerste is de promotie gericht op de organiserende partijen, zoals de scholen en sportverenigingen. Dit heeft tot doel de partijen te informeren en te stimuleren om mee te doen. Rotterdam Sportsupport heeft hiertoe brochures ontwikkeld.

De tweede pijler is de promotie die is gericht op leerlingen van deelnemende scholen. Want als een school meedoet en een schoolsportvereniging is begonnen, moet het wel deelnemers trekken. Iedere schoolsportvereniging heeft daartoe een coördinator. Vaak is dat de vakleerkracht Lichamelijke Opvoeding van de betrokken school. Deze kent de leerlingen en stimuleert hen om mee te doen aan een sport. Zo nodig onderhoudt de coördinator ook het contact met ouders en informeert hun over de schoolsportvereniging.

Scholen die een schoolsportverenigingen hebben, kunnen zich daarmee profileren. Rotterdam Sportsupport heeft voor scholen een reclamebord ontwikkeld. Middelen voor promotie richting kinderen zijn een website, nieuwsbrief, en flyers en posters ter promotie van specifieke activiteiten.

De derde pijler is algemene promotie. De middelen hiervoor zijn een promotiefilm, artikelen in kranten, samenwerking met Feyenoord en Sparta, en presentaties door het land.

Product

De schoolsportvereniging is een nieuwe manier om traditionele sporten aan te bieden. Dat nieuwe zit hem niet zo zeer in de samenwerking tussen een school en sportclubs, maar in de manier waarop die samenwerking gestalte krijgt. De schoolsportvereniging biedt een vaste structuur, continuïteit en de mogelijkheid om direct lid te worden van de deelnemende verenigingen. Scholen en sportclubs integreren hun organisaties dus daadwerkelijk! Dit kan aldus als een nieuw product van sportverenigingen en scholen worden beschouwd. Dat nieuwe product leidt weer tot bijkomende producten, zoals de speciale kick-off bij de start van een schoolsportvereniging, de jaarlijkse seizoensafsluiting waarbij vrijwilligers in het zonnetje worden gezet en toernooien tussen verschillende schoolsportverenigingen.

Plaats

De schoolsportvereniging is te beschouwen als een dependance van de deelnemende sportverenigingen. Omdat sportaccommodaties niet altijd even makkelijk bereikbaar zijn, hebben sterke clubs besloten de jeugd in andere wijken op te zoeken. Uitgangspunt van de schoolsportvereniging is dat kinderen in de basisschoolleeftijd in hun eigen buurt – lees: in of nabij de basisschool – hun sport kunnen bedrijven. De sportvereniging brengt een belangrijk product – de trainingen – naar de kinderen toe. Voor een ander product – de wedstrijden in clubverband – gaan de kinderen in het weekend wel naar de eigen accommodatie van de vereniging.

Personeel

Per schoolsportvereniging is een coördinator nodig, die de contacten met de betrokken sportverenigingen en hun trainers onderhoudt. Een belangrijke taak is bovendien het stimuleren van de scholieren om zich bij de schoolsportvereniging aan te sluiten. Een aspect daarvan is het contact met de ouders van de kinderen. Vaak treedt een vakleerkracht Lichamelijke Opvoeding van de school op als coördinator.

Trainers die op de scholen trainingen verzorgen krijgen hiervoor een vergoeding. Rotterdam Sportsupport organiseert jaarlijks bijeenkomsten gericht op deskundigheidsbevordering van de trainers. Meedoen alle jeugd door sport heeft een sterke impuls gegeven aan trainingen en clinics op schoolsportverenigingen doordat de sportbonden in staat waren gesteld het sporttechnisch kader op te leiden en te betalen voor hun inspanningen in de betreffende wijken. Daarnaast gaven veel sportbonden ook personele ondersteuning aan de sportclubs die aansluiting zochten bij schoolsportverenigingen. De gemeente Rotterdam heeft deze impuls verder versterkt door zelf ook te investeren in het verenigingsmanagement van een aantal sportverenigingen van Meedoen. Rotterdam Sportsupport wil deze succesvolle continueren, en ziet ook kansen dat dit gaat gebeuren. Inmiddels zijn ook veel combinatiefunctionarissen betrokken bij de schoolsportverenigingen. Het projectteam van Rotterdam Sportsupport blijft aldus fungeren als centraal servicepunt van de schoolsportverenigingen, is zij de organisatie die het project aanstuurt en verder ontwikkelt.



Resultaten

Doel was het opzetten van acht schoolsportverenigingen met per school de keuze uit 4 sporten, maar begin 2010 zijn er in Rotterdam al 18 schoolsportverenigingen. Deze bieden ieder minimaal vier sporten aan. Een aantal biedt zelfs zes verschillende sporten aan. Ruim 1200 kinderen zijn via een schoolsportvereniging lid geworden van een sportvereniging. Het aantal kinderen dat aan proeftrainingen deelnam is al vele malen groter.

Bijzonderheden

Rotterdam Sportsupport is hard bezig om de toekomst van de schoolsportverenigingen veilig te stellen. De organisatie probeert onder andere woningcorporaties en andere gemeente(lijke) diensten zo ver te krijgen dat zij voor financiering zorgen. Daar zijn goede argumenten voor. Uit onderzoek is gebleken dat de activiteiten van de schoolsportverenigingen de leefbaarheid van de wijken ten goede komt. De schoolsportverenigingen blijken bovendien ook ouders van scholieren tot meer sporten en bewegen te stimuleren. Vaak doen zij dat in groepsverband. Ook dat heeft een positief effect op de leefbaarheid van wijken.

Rotterdam Sportsupport wordt veel door andere gemeenten gevraagd informatie te verstrekken over de schoolsportverenigingen. In 2009 organiseerde zij een informatiebijeenkomst waarvoor ruim 60 vertegenwoordigers van dertig gemeenten naar Rotterdam kwamen.

Voor meer informatie: www.schoolsportvereniging.nl

Alle resultaten van de Schoolsportverenigingen in Rotterdam zijn na te lezen in het boekje Sportief in de Buurt, dat ook op deze site te vinden is.

TIP – Koppel verenigingen aan scholen

Voor sportverenigingen liggen er volop kansen in de samenwerking met scholen. Vaak zijn er al contacten door incidentele workshops, kennismakingslessen of bijdragen aan jaarlijkse sportdagen. Die contacten kunnen gemakkelijk worden uitgebreid door structurele naschoolse trainingen in of bij de school te organiseren en een dependance van de vereniging bij de school te beginnen.

De kansen voor sportverenigingen op dergelijke constructies nemen alleen maar toe. Het aantal zogenaamde brede scholen stijgt; een aantal daarvan streeft naar zogenaamde volledige dagarrangementen. Sportactiviteiten zijn daarbij een dankbare invulling.

5 STRAATBASKETBALLVERENIGING ST4R



5 STRAATBASKETBALLVERENIGING ST4R

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding

Basketballvereniging ST4R uit Den Haag is de eerste officiële straatbasketballvereniging van Nederland. De club bestaat sinds 2009 en is aangesloten bij de Nederlandse Basketball Bond. ST4R richt zich op straatbasketbal (ook wel streetball genoemd), schoolbasketball en alle andere vormen van basketball behalve het reguliere competitiebasketball. ST4R wil georganiseerd basketball voor iedereen bereikbaar maken zonder dat het veel geld kost of allerlei verplichtingen met zich meebrengt. De organisatie initieert en stimuleert nieuwe vormen van basketball en vergroot zo het aanbod op Nederlandse pleinen en scholen. ST4R organiseert in Den Haag op verzoek van de gemeente jaarlijks een 5-on-5 en 3-on-3 School Basketball League en geeft regelmatig clinics op basisscholen en het voortgezet onderwijs. ST4R is in 2003 begonnen op pleinen en is daar ook nog steeds iedere zomer te vinden. ST4R organiseert er toernooien voor jeugd, voor topspelers of landelijke toernooien voor iedereen.



ST4R Court

Dankzij inspanningen van ST4R en de samenwerking met de bewonersorganisatie realiseerde de club in 2007 het eigen ST4R Court: een plein aan het kruispunt van de Fahrenheitstraat en Loosduinseweg in Den Haag.

Op het plein organiseert ST4R regelmatig basketballactiviteiten zoals toernooien, clinics en een jaarlijks zomerkamp waaraan iedereen gratis mee mag doen: het Extreme Development Camp. Met haar activiteiten op het plein draagt ST4R op een positieve manier bij aan de sfeer in de wijk.

Het omheinde basketveldje is formeel openbaar gebied, maar ST4R heeft op eigen verzoek de verantwoordelijkheid voor het veldje gekregen. De harde kern van ST4R zorgt ervoor dat het

plein aan het eind van iedere avond netjes achter wordt gelaten.

De buurt is dan ook erg blij met het plein, ondanks dat er op een drukke avond gemakkelijk 60 spelers tegelijk aanwezig zijn.

Ook in de zaal is er wekelijks een activiteit. De Open Court Weekly is een instuif waar wekelijkse gemiddeld veertig spelers op af komen. Gezien de grote vraag naar naar basketball zonder verdere verplichtingen gaat ST4R deze activiteit uitbreiden naar twee keer per week.

Achtergrond

Basketball-enthousiasteling Erik Duin begon in 2003 met ST4R omdat er in Den Haag nauwelijks andere mogelijkheden waren om het spelletje te spelen. “Er was slechts één vereniging in Den Haag en die had een wachtlijst”, vertelt hij. De kleinschalige straatbasketbaltoernooien die hij in 2003 organiseerde waren zo’n succes dat Rayon West van de Nederlandse Basketball Bond hem een jaar later vroeg om een landelijk streetbaltoernooi te organiseren, dat een groot succes werd. Datzelfde jaar organiseerde ST4R in opdracht van de gemeente Den Haag voor het eerst de 5-on-5 School Basketball League. Dit is een jaarlijks terugkerende serie schoolbasketball toernooien die ieder jaar nog groeit. Bovendien is door het succes van de 5-on-5 School Basketball League sinds 2009 ook een 3-on-3 variant ontstaan.

Inmiddels is ST4R een officiële vereniging, met een aantal interessante spin-offs. Een van de bestuurders van ST4R heeft JR 4 BALL opgericht, dat zelfstandig en namens ST4R basketballclinics en –evenementen organiseert.

Binnen ST4R zijn spelers actief die daarnaast bij een reguliere competitiebasketballvereniging lid zijn en daar op hoog niveau spelen of hebben gespeeld. Dankzij een breed netwerk en een getalenteerde generatie Haagse basketballers zoals ex-internationals Vincent Krieger en Daniel Jones heeft ST4R voor nationale en internationale streetball (3-tegen-3)-toernooien regelmatig de beschikking over Nederlandse topbasketballers die niet zijn vergeten waar hun basketballwortels lagen. Ook de ST4R Diva’s, het nieuwe damesteam van ST4R kan regelmatig beschikken over vrouwen die in de hoogste competitie spelen. Bijzonder is dat deze spelers zich na het seizoen ook regelmatig laten zien bij de Open Court Weekly.

DE P’S

Promotie

ST4R is letterlijk en figuurlijk op straat ontstaan en heeft het karakter van een community. De promotie van de activiteiten is daar op aangepast. Mond-tot-mond-reclame is voor de activiteiten van ST4R erg belangrijk. Daarbij past de organisatie moderne communicatiemiddelen toe als de eigen website, Hyves-sites, sms updates en video’s. ST4R heeft bovendien een aantal boegbeelden; teams van topspelers en –spelsters die tijdens toernooien en demonstratiewedstrijden de aandacht op ST4R en haar activiteiten vestigen.

Product

ST4R richt zich bewust op nieuwe basketballvormen. Hoewel de club lid is van de basketballbond, doet ST4R niet mee aan de reguliere competitievormen. In plaats daarvan organiseert het activiteiten op pleinen en scholen en een wekelijkse instuif in een sporthal.

ST4R organiseert jaarlijks een aantal bijzondere evenementen en activiteiten:

- Extreme Development Camp: weken lang iedere dag clinics van toptrainers op ST4R Court. Deelname is gratis.
- Youth Basketball Challenge: stedelijk toernooi voor kids t/m 16 jaar.
- Crew Basketball Challenge: alleen de beste streetball crews vanuit heel Nederland worden uitgenodigd om tijdens dit toernooi te strijden om de hoofdprijs.
- Basketball Playground Tour: jaarlijks meer dan 100 basketballclinics en diverse toernooien in de wijken van Den Haag
- Streetball Masters: ST4R is door de Nederlandse Basketball Bond gevraagd om de laatste voorronde en de finale van de landelijke Streetball Masters Tour te organiseren in Den Haag.

Plaats

ST4R brengt sport in een stadswijk waar weinig andere sportverenigingen zijn gevestigd. De vereniging nam het initiatief om een zwaar verouderd plein een opknapbeurt te geven. ST4R schreef een gedetailleerd plan, kreeg de bewonersvereniging mee en vervolgens ook de gemeenteraad. ST4R Court, zoals het plein wordt genoemd door basketballers, is al sinds 2007 jaar in gebruik en is het drukstbezochte basketballplein van heel Nederland. Op drukke avonden spelen er ruim 60 spelers tegelijk. Doordat zowel de deelnemers als de buurtbewoners zich verantwoordelijk voelen voor het plein, verkeert het plein nog steeds in goede staat. De club heeft bovendien duidelijke afspraken gemaakt met de buurt. Na 22.⁰⁰ uur gaat het licht uit en wordt er niet meer gebasketballd.

Buurt en gemeente zijn zo tevreden over het gebruik van het ST4R Court dat in andere stadsdelen van Den Haag vergelijkbare basketballpleinen zijn aangelegd.

Prijs

De contributie van ST4R is stukken lager dan die van een reguliere vereniging. Leden kunnen voor een klein bedrag onbeperkt deelnemen aan de Open Court Weekly (instuif) en de diverse toernooien die ST4R organiseert. Niet-leden kunnen voor 4 euro per training deelnemen aan de Open Court Weekly. De eerste keer is gratis.

Personeel

ST4R heeft dankzij de Gemeente Den Haag een jeugdsportcoördinator tot haar beschikking gekregen. Deze verzorgt namens ST4R onder meer clinics op scholen.

Resultaten

De resultaten van ST4R liggen op twee terreinen. De vereniging heeft inmiddels 50 leden. Daarnaast weet ST4R met haar School Basketball League’s erg veel scholieren te bereiken. In 2009 deden al meer dan 35 teams van 18 scholen mee aan de 5-on-5 School Basketball League. In 2009 organiseerde de club ook voor het eerst een 3-on-3 variant voor scholieren, dat met 120 deelnemers al meteen een succes was.

ST4R heeft met het eigen ST4R Court een bijzonder resultaat geboekt. De organisatie kreeg een bewonersvereniging warm en in tweede instantie ook de gemeente. Door vervolgens dat veldje goed te benutten, wordt de buurt verlevendigd. Dat de gemeente ook in andere Haagse wijken een vergelijkbaar courts aanlegt, is een resultaat dat ST4R ook op haar conto mag schrijven.

Bijzonderheden

Nadat de Basketballbond (NBB) besloot mee te doen aan het project ‘Meedoen Alle Jeugd door Sport’, kreeg ST4R financiële ondersteuning van de NBB. De bond is zo verstandig geweest om verder op afstand te blijven, waardoor ST4R vanuit haar eigen organisatie kon uitgroeien tot een volwaardige vereniging. Laagdrempeligheid is nog steeds een belangrijk kenmerk van ST4R.

TIP – Geef enthousiaste initiatieven de ruimte

ST4R is echt vanuit de straat ontstaan, door een paar enthousiaste jongens met een basketball die een pleintjestoernooi van de grond kregen. Gemeenten, welzijnsorganisaties, sportbonden en –verenigingen doen er goed aan om zich heen te kijken, dergelijke initiatieven op te sporen en waar nodig te ondersteunen. Organisaties die met passie een activiteit organiseren zijn zeer de moeite waard. Gun ze hun eigen aanpak en hun eigen succes. Adopteer dergelijke organisaties, vraag welke hulp ze kunnen gebruiken, maar ontnem ze de regie niet!

6 URBAN JUDO NIJMEGEN



6 URBAN JUDO NIJMEGEN

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding
Urban Judo Nijmegen is de Nijmeegse invulling van het landelijke project Urban Judo dat de Judo Bond Nederland in het kader van ‘Meedoen Alle Jeugd door Sport’ heeft opgezet. De Nijmeegse aanpak onderscheidt zich van de andere lokale Urban Judo-projecten door de inzet van een professionele manager. Deze fungeert als tussenpersoon tussen de Nijmeegse judoverenigingen en Sportservice Nijmegen, dat via vakleerkrachten en sportdocenten weer contacten met scholen onderhoudt.



Urban Judo Nijmegen beoogt Nijmeegse scholieren in contact te brengen met judo. De organisatie heeft hiertoe in samenwerking met de Judobond en de plaatselijke verenigingen een basisaanbod. Dat bestaat uit een aantal lessen binnen- en buitenschoolse judolessen, waarvoor alle materialen (judopakken, matten en een gediplomeerde judoleraar) ter beschikking worden gesteld. Bij voorkeur is een judovereniging uit de buurt van de school betrokken bij de lessen tijdens en na schooltijd. Maar als een vereniging daar geen kader voor beschikbaar heeft, dan zoekt Urban Judo Nijmegen naar een andere beschikbare judoleraar.

Het basisaanbod bestaat uit vier judolessen tijdens schooltijd en vier lessen na schooltijd, maar dat pakket kan afhankelijk van de behoefte en de wens van de school worden aangepast. Onderdeel van het aanbod zijn voor geïnteresseerde kinderen en jongeren vier gratis kennismakingslessen bij de judoschool in de buurt van de school. Wie na die vier lessen lid wordt van een vereniging, krijgt gratis een judopak van Urban Judo Nijmegen.

Gedurende de eerste twee jaar van het project heeft Urban Judo Nijmegen vakleerkrachten en sportdocenten tweemaal geïnformeerd over het aanbod. Sindsdien is er een continue stroom aanvragen van basisscholen, scholen in het speciaal onderwijs en middelbare scholen. Urban Judo Nijmegen heeft naar schatting acht tot tien duizend kinderen en jongeren bereikt.

Naast het schoolgerichte aanbod organiseert Urban Judo Nijmegen in samenwerking met Sportservice Nijmegen eenmaal per jaar een groot evenement: Urban Judo City. Kinderen en jongeren zijn die dag bij verschillende judoverenigingen welkom voor kennismakingstrainingen. De promotie voor het evenement is in handen van Sportservice Nijmegen.

De aanpak van Urban Judo Nijmegen vraagt de inzet van judoleraren. In principe zoekt de organisatie voor lessen op scholen steeds judoleraren van judoverenigingen in de buurt. Omdat die niet altijd beschikbaar zijn, werkt Urban Judo Nijmegen ook aan het versterken van het sporttechnisch kader. De organisatie doet dat samen met het plaatselijke ROC dat opleidingen tot judoleraar en –leider (niveau 3 en 2) verzorgt.

Hoewel Nijmegen een aantal judoverenigingen rijk is, heeft niet iedere wijk een judovereniging. Om kinderen en jongeren in achterstandswijken toch een vereniging te kunnen bieden, heeft Urban Judo Nijmegen in samenwerking met wijkorganisaties drie dependances opgericht.

DE P'S

Promotie

Urban Judo Nijmegen heeft tijdens twee bijeenkomsten alle vakleerkrachten en sportdocenten in Nijmegen geïnformeerd over haar aanbod. Deze aanpak is zo effectief gebleken, dat daardoor een continue stroom aanvragen is ontstaan. Urban Judo Nijmegen heeft een eigen website www.urbanjudonijmegen.nl. Daarop vinden vakleerkrachten, scholen en scholieren alle informatie over het project en de activiteiten van Urban Judo Nijmegen.

Product

Judo is een sport waarvoor bijzondere materialen nodig zijn. Zowel judopakken als –matten zijn onontbeerlijk om de sport goed te kunnen spelen. Daarnaast vraagt de sport de nodige instructie. Urban Judo Nijmegen heeft die benodigdheden in een geïntegreerd schoolpakket samengebracht. Daarmee heeft zij een nieuw product geïntroduceerd dat voor scholen erg aantrekkelijk is en de drempel voor scholieren om aan judo te doen sterk verlaagt.

Plaats

Urban Judo Nijmegen brengt de sport naar de scholen in de vorm van binnenschoolse en naschoolse trainingen. Doel is de toeleiding naar judoverenigingen in de buurt. Waar geen judoverenigingen zijn, richt de organisatie dependances van judoverenigingen op.

Prijs

Dankzij de bijdragen uit het project ‘Meedoen Alle Jeugd door Sport’ is het aanbod van Urban Judo Nijmegen voor scholen kosteloos.
Voor jonge judoka’s die zich bij een van de dependances aanmelden, is de deelnameprijs bewust laag gehouden. Voor zes euro per maand kunnen scholieren daar wekelijks judoën. Bovendien krijgen zij een gratis judopak.

Personeel

Urban Judo heeft tot doel de instroom van scholieren bij judoverenigingen. Dat vraagt om voldoende sporttechnisch kader bij de verenigingen. Dat kader is overigens ook nodig om aan de vraag van scholen te kunnen voldoen. Daarom werkt Urban Judo Nijmegen aan grotere beschikbaarheid van judoleraren, door in samenwerking met de Nederlandse Judobond en het plaatselijke ROC opleidingen te verzorgen.

Resultaten

Urban Judo Nijmegen heeft inmiddels tussen de acht- en tienduizend scholieren bereikt met binnenschoolse en buitenschoolse trainingen. Naar schatting 70 procent van de basisscholen in Nijmegen heeft minimaal eenmaal van het aanbod van Urban Judo Nijmegen gebruik gemaakt.
Alle judoverenigingen in Nijmegen hebben een forse ledengroei doorgemaakt. Daarnaast is het judotechnisch kader bij de verenigingen versterkt.

Voor meer informatie: www.meedoenallejeugddoorsport.nl

TIP – Zorg voor heldere organisatie

*Hoewel verschillende partijen bij Urban Judo Nijmegen zijn betrokken, loopt het project vlekkeloos dankzij de heldere rolverdeling. De organisatie heeft een heel duidelijk aanspreekpunt dat binnenkomende aanvragen van scholen verwerkt, daar een deelproject van maakt en daar de benodigde vereniging en/of judodocent bij zoekt. Sportservice Nijmegen, de Judobond, de judoscholen en het onderwijs werken hierin samen en leveren elk een bijdrage aan het succes van judo in Nijmegen.
Voor scholen is zo’n opzet erg aantrekkelijk omdat het veel werk uit handen neemt. Door de beloften waar te maken, bewijst Urban Judo Nijmegen zich als betrouwbare ‘leverancier’, waardoor het aantrekkelijk is een jaar later voor nieuwe groepen opnieuw een beroep te doen op de organisatie.
Door zo’n centrale organisatie komen knelpunten eerder aan het licht (denk aan dreigend tekort aan sporttechnisch kader) en kan er aan een structurele oplossing worden gewerkt.*

7 TURNSTAD AMSTERDAM



7 TURNSTAD AMSTERDAM

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding
Zeven Amsterdamse turnverenigingen werken samen in de Stichting Turnstad Amsterdam. De stichting wil de belangstelling voor turnen in Amsterdam vergroten, met name onder de jeugd. Daartoe verzorgt de stichting kennismakingslessen op Amsterdamse scholen, waarbij scholieren kennis maken met alle bekende verschijningsvormen van turnen. En meer, want Turnstad Amsterdam introduceert ook nieuwe bewegingsvormen, zoals buikdans, streetdance, tumbling, trickz en free running, die wellicht beter bij de belevingswereld en interesse van de urban jeugd aansluiten. Turnstad Amsterdam wil met dit aanbod de instroom van leden naar de verenigingen vergroten.

De samenwerking van zelfstandige verenigingen in één stichting vergroten de mogelijkheden en het bereik van de verenigingen. Door samen te werken kunnen zij meer scholen en dus meer kinderen en jongeren bereiken, bijvoorbeeld doordat de verenigingen samen een pool van trainers hebben opgezet. Daarmee kwam ook duidelijk aan het licht dat in de regio Amsterdam het aantal gediplomeerde trainers beperkt is. Door hierover gezamenlijk te overleggen met de gymnastiekbond KNGU, slaagde Turnstad Amsterdam erin een laagdrempelige cursus naar Amsterdam te krijgen. Daardoor is het aantal beschikbare trainers gestegen. Turnstad Amsterdam maakt ook gebruik van stagiaires van het ROC Sport en Bewegen en is een zogenaamd Stage Leerbedrijf. Ook een aantal studenten HBO Sportmanagement draagt met hun stages bij aan de activiteiten van Turnstad Amsterdam.

Turnstad Amsterdam werkt intensief samen met de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO) en Sportservice Amsterdam van de gemeente. Zo is Turnstad Amsterdam regelmatig betrokken bij activiteiten in verschillende wijken. De stichting maakt bovendien gebruik van vier combinatiefunctionarissen die in dienst zijn bij Sportservice Amsterdam en deels op scholen en deels bij de turnverenigingen werken. Samen met DMO en sportservice Amsterdam vult Turnstad Amsterdam ‘witte plekken’ op de Amsterdamse turnkaart in. Zo heeft de Stichting in drie wijken zonder turnvereniging dependances opgericht.

Turnstad Amsterdam verzorgt ook sportzorgtrajecten. Daartoe werkt de stichting samen met de zorgaanbieders Altra en Spirit. De betrokken trainers zijn hiertoe bijgeschoold in de omgang met kinderen in de jeugdzorg. Tenslotte is Turnstad Amsterdam ook betrokken bij het proefproject “1001 Kracht”, gericht op de participatie van allochtone vrouwen in vrijwilligerswerk.

DE P’S

Promotie

Om belangstelling voor turnen te wekken, maakt Turnstad Amsterdam gebruik van beproefde middelen als kennismakingslessen op scholen en naschoolse proeflessen, flyers, posters en artikelen in huis-aan-huis-kranten. Een overzichtelijke website die als “portal” zal fungeren voor alle turnactiviteiten van Turnstad, is in ontwikkeling. Daarnaast neemt de stichting deel aan bijzondere activiteiten in de wijken van Amsterdam. Zo organiseert Turnstad Amsterdam jaarlijks een zogenaamd Tumbling-festijn in Amsterdam Oud-Zuid.

Product

Het hierboven genoemde tumbling is een van de nieuwe turn- en gymnastiekvormen die Turnstad Amsterdam op scholen en binnen de verenigingen aanbiedt. Tumbling is een aaneenschakeling van gemakkelijke en moeilijkere turnoefeningen op een lange verende mat. Kinderen kunnen zich op zo’n mat veilig uitleven met wilde sprongen en acrobatische kunstjes. Een andere nieuwe vorm is trickz of voluit martial arts tricking; een uitdagende combinatie van technieken uit oosterse



vechtsporten en acrobatiek. Turnstad Amsterdam biedt ook bekende bewegingsvormen aan die in het verlengde van de ‘klassieke’ turnvormen liggen, zoals buikdans en streetdance.

Om jonge deelnemers te stimuleren maakt Turnstad Amsterdam gebruik van een nieuwe methode die is ontwikkeld door de KNGU: Gymmieturnen. Jonge gymnasten kunnen ‘examen’ doen in dertig verschillende oefeningen. Als zij een oefening beheersen, krijgen zij een zogenaamde Gymmie, een flippo-achtige fiche. Gymnasten krijgen een speciale map waarin zij de Gymmies kunnen verzamelen.

Plaats

De verenigingen die samenwerken in Stichting Turnstad Amsterdam zijn verspreid over de stad. Zij dekken echter niet de gehele stad. Daarom heeft de stichting in een aantal wijken dependances opgericht of op scholen schoolsportclubs helpen starten. Daarmee verlaagt de stichting de drempel voor kinderen en jongeren om met gymnastiek/turnen te beginnen.

Personeel

Aanvankelijk hadden de Amsterdamse turnverenigingen te kampen met een tekort aan technisch kader. Turnstad Amsterdam heeft dat probleem aangepakt door mensen te werven en de afdeling Opleidingen van de KNGU te bewegen om een

cursus in Amsterdam te verzorgen. Doordat de Amsterdamse turnverenigingen binnen Turnstad samenwerken, lossen zij sneller en eenvoudiger problemen op. Zo maken de turnverenigingen onderling afspraken over trainers en vrijwillig kader, accommodatiegebruik en gezamenlijke activiteiten en evenementen. Kortom, Turnstad maakt de aangesloten clubs efficiënter en effectiever door samen op te trekken en elkaars knelpunten op te lossen.

Daarnaast heeft Turnstad Amsterdam zich ontwikkeld tot officieel Leerbedrijf. De stichting geldt als officiële stageplek voor studenten van het ROC Sport en Bewegen. Bovendien kunnen HBO-studenten Sportmanagement stages lopen bij de stichting. Ook vrijwilligers behoren tot het personeel van een sportorganisatie. Turnstad Amsterdam richt zich met haar activiteiten onder meer – maar niet uitsluitend! – op allochtone jeugd. In het verlengde daarvan liggen activiteiten om allochtone ouders te interesseren voor vrijwilligerswerk bij een van de turnverenigingen.

Prijs

Daar waar Turnstad Amsterdam dependances start of sportstimuleringstrajecten in samenwerking met de gemeente verzorgt, hanteert de stichting een zogenaamde contributieglijbaan in 4 stappen. Na een kennismakingsperiode van 10 weken voor 7,50 euro, kunnen kinderen voor een jaar instromen bij een dependance of schoolsportvereniging voor 1/3 van de normale contributie. Bovendien krijgen zij de Gymmiemap, waarmee in de les gewerkt wordt. De kinderen zijn dan ook lid van de KNGU. In het tweede jaar betalen zij 2/3 van de normale contributie. Daarvoor krijgen zij een T-shirt en mogen zij meedoen aan onderlinge wedstrijden. Pas in het derde jaar, als de kinderen werkelijk overstappen naar een van de verenigingen binnen de Turnstad Amsterdam, betalen zij het normale lidmaatschap.

Resultaten

Het aantal leden bij de verenigingen binnen Turnstad Amsterdam is sinds het begin van de stichting gegroeid van 735 naar 947 (meting eind 2009). Het aantal allochtone leden nam toe van 331 naar 473.

TIP – Eendracht maakt macht

Verenigingen binnen dezelfde sport mogen elkaar natuurlijk sportief beconcurreren. Wedstrijden zijn immers altijd krachtmetingen tussen verschillende verenigingen.
Beleidsmatig echter kan samenwerking erg nuttig zijn, want verenigingen hebben erg veel gezamenlijke belangen.
Door samen te werken kunnen verenigingen meer bereiken.

Turnstad Amsterdam is door de samenwerkende kracht van de turnverenigingen een volwaardige partner van de gemeente. De stichting heeft ook tegenover de gymnastiekbond KNGU een vuist kunnen maken en een belangrijke cursus naar de stad weten te krijgen.

Door een gezamenlijke trainerspool te vormen, heeft Turnstad Amsterdam veel meer scholen kunnen bereiken.

8 ZWEM EVENT ROTTERDAM



8 ZWEM EVENT ROTTERDAM

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓	✓	✓

Inleiding

De 5 Rotterdamse zwemverenigingen die deelnemen aan het project Meedoen Alle Jeugd door Sport, dat binnen de zwembond Swim2gether is gedoopt, bundelen de krachten door gezamenlijk evenementen te organiseren. Een van de evenementen die Z&PC, ZPC, Spartaan, LAC en Ommoord jaarlijks organiseren is het Zwem Event Rotterdam.

Zwem Event Rotterdam is een groots opgezet evenement dat Rotterdamse kinderen van 6 tot 12 jaar de gelegenheid biedt om op een speelse manier kennis te maken met verschillende vormen van zwemsport en met vijf deelnemende Rotterdamse zwemverenigingen.

Tijdens het evenement, dat in verschillende Rotterdamse zwembaden plaatsvindt, kunnen kinderen kennismaken met waterpolo, wedstrijdzwemmen, snorkelen en duiken. De deelnemende verenigingen, maar ook het Jeugdsportfonds, hebben in de zwembaden informatiestands.

Deelnemers krijgen na afloop een tas met informatie en goodies. Het belangrijkste cadeau aan deelnemers is een aantal gratis proeftrainingen bij een van de vijf zwemverenigingen.

Het Zwem Event Rotterdam wordt extra aantrekkelijk gemaakt door een aantal feestelijke tintjes. Zo zijn er clinics met bekende (ex-)zwemtoppers en zijn er muzikale optredens. Het Zwem Event in mei 2009 kende bovendien een spetterend slotakkoord. Alle deelnemers werden met bussen naar discotheek Outland vervoerd voor een buffet en een Spetterfeest! De organisatie maakt het evenement hiermee nog aantrekkelijker en laagdrempelig voor kinderen in de wijken rond de zwembaden waar de verenigingen actief zijn.

DE P'S

Promotie

Zwem Event Rotterdam is in feite één grote promotiedag voor de zwemsport. Doel is om kinderen van 6 tot 12 jaar en hun ouders in aanraking te brengen met de zwemsport en de Rotterdamse zwemverenigingen. De nadruk ligt op kinderen in de wijken rond de deelnemende zwembaden.

Voor het evenement zelf maken de organiserende verenigingen veel promotie. Zo worden er iedere keer zo'n vijfduizend flyers verspreid op basisscholen, bij buurthuizen en bij jeugdverenigingen in de wijken rond de deelnemende zwembaden. Daarnaast wordt het evenement aangekondigd in lokale huis-aan-huis-kranten en op de websites van de zwemverenigingen, de zwembond (KNZB) en Rotterdam Sportsupport. Er is zelfs een speciale website www.zwem-event.nl waar de kinderen zich kunnen inschrijven.

Product

Zwem Event Rotterdam kan worden gezien als een zelfstandig nieuw product van de deelnemende zwemverenigingen.

Deelnemende kinderen krijgen voor het evenement een knipkaart, waarmee zij gedurende de dag zelfstandig de verschillende onderdelen langs kunnen gaan. Dat stimuleert hen om alle zwemsportonderdelen te ervaren. Als de knipkaart vol is krijgen deelnemers een presentje.

Voor de deelnemende kinderen zal het meestal niet de eerste ervaring zijn met zwemmen, maar wel met verschillende zwemsportonderdelen. Zo'n eerste ervaring kan natuurlijk niet meer dan een kennismaking zijn. Maar de deelnemende verenigingen laten het daar niet bij. Deelnemers krijgen na afloop een aantal gratis trainingen aangeboden bij de vereniging van hun keuze.

Personeel

Voor het Zwem Event Rotterdam doen de organiserende verenigingen een groot beroep op de eigen leden en hun ouders. Veel oudere jeugdliden helpen tijdens het evenement mee.

Ouders zijn vooral actief in de informatiestandjes rond het evenement. Hun rol is belangrijk, want zij kunnen de ouders van



geïnteresseerde kinderen heel precies informeren over de sfeer en de trainingen bij de verenigingen. Maar ook over het belang van betrokkenheid van ouders bij sportverenigingen!

Plaats

In 2008 is het zwemevent georganiseerd in één zwembad. Hierdoor was het bereik in de stad erg klein. Sinds 2009 is ervoor gekozen om het evenement gelijktijdig te laten plaatsvinden in Rotterdam Noord en Zuid. In beide zwembaden zijn de zwemverenigingen actief met hun aanbod. In 2010 zal er een derde zwembad bijkomen, waardoor een groot deel van Rotterdam Oost beter bereikbaar wordt. Op deze manier wordt het voor de Rotterdamse jeugd mogelijk gemaakt om zwemsport te ervaren in een nabijgelegen zwembad.

Prijs

Het zwemevent is voor iedere deelnemer kosteloos. De verenigingen bekostigen het evenement vanuit de Swim2gether-subsidie en via externe sponsors. Middels het aanbieden van proeftrainingen willen de verenigingen kinderen enthousiasmeren voor hun activiteiten. Na deze trainingen kan een kind besluiten welk zwemonderdeel bij hem of haar past. Als blijkt dat ouders de contributie niet kunnen betalen kan men een beroep doen op het Jeugdsportfonds Rotterdam.

Resultaten

Het Zwem Event Rotterdam wordt jaarlijks georganiseerd. Per keer doen 200 à 250 kinderen mee. Een deel daarvan komt daarna terug voor de kennismakingstrainingen bij een van de verenigingen en/of wordt lid van een van de verenigingen. De deelnemende verenigingen zien hun jeugdafdelingen hierdoor groeien.

Voor meer informatie: www.zwem-event.nl

TIP – Bundel de krachten om de sport te promoten

Verenigingen in dezelfde sport zijn geneigd om elkaar als concurrenten te zien. Maar samenwerking kan voor alle betrokkenen positieve effecten hebben. Organiseer samen lokaal een evenement waarin de sport centraal staat. Deel de kosten en de moeite. En accepteer dat de instroom niet voor alle deelnemende verenigingen even groot is.

9 PHOENIX UTRECHT



9 PHOENIX UTRECHT

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓		✓

Inleiding

Weinig sportverenigingen zullen hun deelname aan het project ‘Meedoen Alle Jeugd door Sport’ zo gedegen verantwoorden als atletiekvereniging Phoenix in Utrecht. Dat begon al in 2007, toen de Atletiekunie haar aandeel in het project omdoopte tot ‘Colours of Athletics’, Phoenix zich daarbij aansloot en een werkgroep installeerde, gericht op het betrekken en werven van meer (allochtone) jeugd bij de vereniging. Die werkgroep publiceerde nog datzelfde jaar een gedegen en fraai geïllustreerd meerjarenbeleidsplan. Met de ondertitel van dat plan maakt de vereniging duidelijk wat zij beoogt: ‘Phoenix als spiegel van de samenleving.’ In dat beleidsplan lezen we dat Phoenix in 2007 slechts 13 leden met een allochtone achtergrond had op een totaal van 500. Die 2,6 procent lag onder het gemiddelde (10,3 procent) van alle atletiekverenigingen die deelnemen aan ‘Colours of Athletics’. Het beleidsplan bevatte ook een degelijke analyse van de sterke en zwakke punten van Phoenix en concrete doelen ten aanzien van het aantal allochtone jeugdleden en kaderleden.

Dat Phoenix echt werk wilde maken van ‘Colours of Athletics’ blijkt uit de speciale commissie die hiervoor binnen de vereniging is opgericht. Een belangrijke taak voor die commissie was om de vereniging bekend te maken bij allochtone Utrechtenaren. Phoenix deed dat op twee manieren. Ten eerste zocht het contact met de Stichting Image, die veel contacten met allochtone Utrechtenaren heeft. Dat contact heeft ertoe geleid dat een adviseur van Image tot de werkgroep van Phoenix is toegetreden.

Ten tweede zocht Phoenix zelf contact met allochtone wijkgenoten. De vereniging is echter gevestigd in de wijk Maarschalkerweerd, waar weinig allochtonen wonen. Omdat de club ook gebruik maakt van de atletiekbaan in Overvecht, een van de zogenaamde krachtwijken waar juist veel mensen met een allochtone achtergrond wonen, richtte het zijn pijlen op die wijk.

Om te beginnen organiseerde Phoenix in Overvecht een middag voor ouders van leerlingen van scholen met als thema ‘Sport & Opvoeding’. Bij die gelegenheid vroeg de vereniging nadrukkelijk om hulp van ouders bij het bedenken en organiseren van atletiekevenementen voor de jeugd. Dat leidde tot de oprichting van een Werkgroep van Marokkaanse vaders, die met Phoenix meedenkt en samen met de club activiteiten organiseert, zoals de jaarlijkse buurthuiscompetitie. Dankzij de betrokkenheid van de werkgroep – inmiddels uitgebreid met een Turkse vader en twee allochtone moeders – is de drempel voor jonge allochtonen om bij Phoenix te gaan sporten verlaagd.

Clinics, sprintchallenge en fun!

Phoenix past een bekende formule toe om met kinderen en jongeren in contact te komen: clinics op scholen. Voor een atletiekvereniging is dat niet eenvoudig, omdat het aantal atletiekbanen in een gemeente beperkt is, en het materiaal zich niet altijd leent voor een kennismakingsles op een school. Hoe breng je de schooljeugd dan in contact met atletiek? Daarvoor heeft de Atletiekunie onder meer Sprintchallenge ontwikkeld.

Sprint Challenge is speciaal ontwikkeld voor de leerlingen in het voortgezet onderwijs. De organisatie van een Sprint Challenge ligt in handen van de lokale atletiekvereniging. De jongeren maken in een tijdsbestek van drie uur kennis met verschillende sprintvormen zoals de 100 meter en de estafette. Er is een individuele wedstrijd en een teamcompetitie die laat zien dat atletiek niet alleen een individuele sport is. De jongeren krijgen instructies en mogen oefenen voordat zij in competentie gaan. Uiteraard is er ook een prijsuitreiking. Een ervaren starter met startpistool draagt bij aan het echte atletiekgevoel!.

De activiteit wordt verder ‘opgepimt’ door muziek en andere nevenactiviteiten, zoals Fun in Athletics, om aan te sluiten bij de behoeften en interesses van de doelgroep. Fun in Athletics is een programma van de Atletiekunie met kleurrijk en kindvriendelijk atletiek materiaal bevat, inclusief instructiematerialen als een lessenboek, diploma’s en scorekaarten. Verenigingen kunnen daar clinics mee organiseren.

Phoenix is één van de atletiekverenigingen die de Sprintchallenge organiseert. In juni 2009 organiseerde de club ook nog eens het WR-Festival, dat een bijzondere combinatie van culturele optredens, topatletiek en breedtesport bood. Kinderen konden meedoen aan een sponsorloop. In de aanloop naar het evenement volgden elf lagere scholen een programma over cultuur en sport dat door Phoenix is ontwikkeld en waarbij de nadruk op Kenia en Ethiopië lag.



Scholieren die naar aanleiding van een van de evenementen belangstelling voor atletiek krijgen, mogen kosteloos twee maanden bij Phoenix meetrainingen voordat zij kiezen voor een lidmaatschap.

Bijzondere aandacht besteedt Phoenix aan (allochtone) vrouwen en meisjes. Samen met LadyFit, een sportschool voor vrouwen in Utrecht, is de vereniging met loopgroepen voor vrouwen begonnen. Omdat veel allochtone vrouwen niet onder een mannelijke trainer willen sporten, hebben de twee organisaties in samenwerking met de Atletiekunie een trainersopleiding voor vrouwen georganiseerd. Daardoor heeft Phoenix nu de beschikking over extra trainers en kan het bovendien tegemoet komen aan de wens van de vrouwengroepen.

Een bijzonder initiatief van Phoenix is de zogenaamde Kipla’bak. Dit is een grote bakfiets vol met atletiekmaterialen. De bak is genoemd naar de atlete Lornah Kiplagat, die via een naar haar genoemde stichting streeft naar goed basisonderwijs in Kenia voor kansarme meisjes. Phoenix gebruikt de bak met haar naam om kinderen in achterstandswijken in contact te brengen met atletiek. Leden van Phoenix gaan regelmatig met de bak op pad, leggen aan in een park of op een pleintje en nodigen kinderen uit om kennis te maken met atletiekonderdelen.

Phoenix werd voor de Kipla’bak genomineerd voor de Jeugdprijs van de Atletiekunie 2009 en haalde de derde plaats.

Alle initiatieven van Phoenix zijn in Utrecht niet onopgemerkt gebleven. Voor haar enorme inzet op maatschappelijk gebied in met name de wijk Overvecht kreeg de vereniging de Tolerantieprijs 2009 van de gemeente en 7000 euro, die Phoenix in nieuwe projecten investeert.

DE P’S

Promotie

Phoenix maakt intensief gebruik van persoonlijke contacten. Ten eerste door de Werkgroep Marokkaanse Vaders, die via de vereniging tot stand kwam. Ten tweede door het contact met Stichting Image. Beide organisaties hebben veel contacten in de wijk Overvecht.

Een sympathieke manier van promotie is de Kipla’bak, een bakfiets vol atletiekattributen, waarmee leden van Phoenix in parken en op pleinen kinderen in beweging brengen. De Kipla’bak wordt ook gebruikt bij clinics op scholen.

Ook een vorm van promotie is het fraaie verslag dat Phoenix jaarlijks maakt van haar activiteiten in het kader van ‘Colours of Athletics’.

Product

Atletiek biedt op zichzelf al een breed scala aan mogelijkheden. De Atletiekunie heeft samen met de verenigingen verschillende producten ontwikkeld om de aansluiting bij de schooljeugd te vereenvoudigen en verbeteren. De Sprintchallenge, Fun in Athletics en clinics op maat zijn daar voorbeelden van. Het zijn de verenigingen zelf die daar in de praktijk invulling aan geven. Omdat veel meisjes van allochtone afkomst moeite hebben met gemengd sporten, is Phoenix een loopgroep van vrouwen en meisjes begonnen.

Phoenix zoekt en vindt ook nog eens nieuwe allianties, zoals een competitie tussen twee buurthuizen in Overvecht. De vereniging probeert verder aan te sluiten bij bijzondere evenementen. In 2009 leidde dat tot bijzondere activiteiten rond een wereldrecordpoging op de baan van Overvecht. In 2010 organiseert de vereniging in het kader van de Culturele Zondagen in Utrecht een Diversiteitsloop over 5 en 10 km door de wijk Ondiep.

Plaats

Hoewel Phoenix haar thuishaven in Maarschalkerweerd heeft, geeft het ook trainingen op de baan in Overvecht. Bovendien zoekt de vereniging voortdurend naar mogelijkheden elders in de stad; met de Kiplabak doorkruist Phoenix de hele stad en de Diversiteitsloop in juni 2010 voert door de wijk Ondiep.

Personeel

Phoenix pakte de behoefte aan vrouwelijke trainers voortvarend aan. Samen met sportschool Ladyfit wierf het vijftien kandidaten die door de Atletiekunie zijn opgeleid. Een deel van het geld dat de vereniging won met de Tolerantieprijs gaat Phoenix besteden aan het vergroten van de betrokkenheid van de oudere jeugd. Zes Utrechtse jongeren krijgen een korte opleiding van het Johan Cruijff Institute en gaan vervolgens met hulp van een coach een atletiek-evenement voor basisscholieren organiseren. Vermeldenswaard is verder dat alle jeugdtrainers van Phoenix worden opgeleid volgens de methode ‘Vreedzame school’.

Resultaten

Sinds 2007 is het aantal allochtone jeugdleden bij Phoenix met 45 toegenomen. Bovendien is het sporttechnisch kader uitgebreid, met onder meer allochtone trainers. Daarnaast oogstte de vereniging veel goodwill in de wijk en bij de gemeente.

TIP – Indirect contact is een goed begin

In contact komen met een doelgroep kan soms erg lastig zijn. In plaats van het directe contact is te overwegen om een omweg te maken via een organisatie die al wél veel contact heeft met uw doelgroep. Phoenix deed dat via Stichting Image. Ook gezondheidscentra en welzijnsinstellingen kunnen goede tussenschakels zijn.

10 KICKBOXING ARNHEM



10 KICKBOXING ARNHEM

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓	✓	✓		✓

Inleiding

In Klarendal, een achterstandswijk in Arnhem met een groot percentage allochtone jongeren, begon Fred Royers, voormalig meervoudig Nederlands kampioen kickboxen en bekend trainer, de sportschool Kickboxing Arnhem. De sportschool wil meer zijn dan een centrum voor kickboxen en ook een maatschappelijke rol spelen. Kickboxing Arnhem brengt (allochtone) jongeren met de sport in aanraking en biedt hun daarmee ook maatschappelijke kansen. Kickboxing Arnhem zet ook stappen buiten het kickboxen zelf, onder meer door weerbaarheidsprojecten voor allochtone meisjes te organiseren en externe organisaties met raad en daad bij te staan bij het opzetten van agressieregulatietrajecten voor risicojongeren. Zo werkt de school samen met de lokale jeugdzorgorganisatie Pactum. Royers en zijn collega Ray Staring, ook een voormalig kampioen, begeleiden in opdracht van die organisatie met veel succes jongeren met gedragsproblemen. Kickboxen is daarbij het uitgangspunt, maar intussen gaat het om waarden en normen die zowel in de sport als in de samenleving van belang zijn: verantwoordelijkheid voor jezelf, respect voor elkaar, regels en discipline.

Een logisch gevolg van de maatschappelijke activiteiten is het contact dat Kickboxing Arnhem zoekt met maatschappelijke organisaties. Kickboxing Arnhem doet dat om haar eigen bekendheid te vergroten, maar ook om het imago van de sport te verbeteren. De sportschool organiseert regelmatig clinics voor scholen, maar ook voor welzijnsinstellingen en gemeentelijke organisaties.

Het contact met de gemeente heeft er toe geleid dat Kickboxing Arnhem is opgenomen in de Arnhemcard-regeling. Met deze kaart kunnen mensen in achterstandsituaties tegen een gereduceerd tarief meedoen aan maatschappelijke activiteiten, waaronder sport.

Juist omdat Kickboxing Arnhem haar sport ook inzet voor maatschappelijke doelen – weerbaarheid, agressieregulatie – is veel geïnvesteerd in de kwaliteit van de trainers. Veel trainers hebben een speciale cursus van de Koninklijke Nederlandse Krachtsport Federatie (KNKF) gevolgd gericht op kwalitatief goed vechtsportonderwijs voor (allochtone) jongeren.

Naast de eerder genoemde voormalige kickbox-kampioenen Royers en Staring, maakt Kickboxing Arnhem ook gebruik van de diensten van Krista Fleming, voormalig wereldkampioen bij de vrouwen. Haar betrokkenheid bij de sportschool trekt veel (allochtone) meisjes en vrouwen.

Kickboxing Arnhem besteedt ook aandacht aan jongeren met een fysieke of mentale beperking.

Regelmatig geeft de organisatie cursussen voor de cliënten van het revalidatiecentrum Groot-Klimmendaal.

Om nog meer jongeren te bereiken, heeft Kickboxing Arnhem haar aanbod uitgebreid met onder meer Capoeira en fitness.

DE P'S

Promotie

Kickboxing Arnhem heeft veel geïnvesteerd in netwerken met relevante organisaties in Arnhem. Bij veel organisaties had kickboxen geen positief imago, terwijl de sport feitelijk onbekend was. Fred Royers heeft als kickboxer en docent echter een hele goede reputatie. Bewust zoekt hij maatschappelijke organisaties op en nodigt hen uit voor workshops. Daarmee kweekt hij veel goodwill en begrip bij die organisaties.

In het verlengde daarvan ligt de betrokkenheid van twee absolute toppers in het internationale kickboxen. Roy Staring en Krista Fleming zijn beide voormalig wereldkampioen en worden daardoor zeer gerespecteerd door jonge kickboxers. Hun reputatie heeft een aanzuigende werking. Daarmee en met hun didactische vaardigheden vormen zij ideale rolmodellen voor jonge kickboxers.

Kickboxing Arnhem organiseert regelmatig cursussen van vijf tot tien lessen voor VMBO-scholen in Klarendal en omgeving.

Product

Naast kickboxen op diverse niveaus – van recreanten tot wedstrijdboxers – biedt Kickboxing Arnhem cursussen die in het verlengde van de sport liggen. Zo organiseert de sportschool weerbaarheidsprojecten voor allochtone meisjes.

Een bijzonder product van Kickboxing Arnhem is de opvang en begeleiding van 'probleemjongeren'. De organisatie werkt daarbij samen met jeugdzorgorganisatie Pactum. Voor dit zorgtraject worden de deelnemende jongeren in eerste instantie individueel begeleid. In een traject van ongeveer een half jaar volgen ze in de dojo van Kickboxing Arnhem een mentale en



fysieke training. Discipline, persoonlijke ontwikkeling en agressieregulatie zijn daarbij belangrijke doelen. Vaak blijven de jongeren ook na dat half jaar vrijwillig bij Kickboxing Arnhem trainen.

Kickboxing Arnhem besteedt ook aandacht aan meisjes en vrouwen. Desgewenst is er voor hen een 'ladies only'-groep.

Plaats

Bewust koos Kickboxing Arnhem voor vestiging in de wijk Klarendal. Het sportaanbod in die Arnhemse wijk is klein. Bovendien kent de wijk een groot percentage allochtone jongeren. Daarmee is de school verzekerd van een aanzienlijk potentieel aan sporters.

De organisatie is bij het vinden van de huidige locatie actief ondersteund door het Sportbedrijf Arnhem. Medio 2012 wordt het gebouw waarin de school gevestigd is, gesloopt. Op het terrein komt een Multifunctioneel Centrum, waarin ook ruimte komt voor de dojo van Kickboxing Arnhem.

Wanneer mogelijk geeft Kickboxing Arnhem haar workshops bij voorkeur in eigen huis. Fred Royers heeft daar verschillende argumenten voor. Ten eerste maakt een goed ingerichte dojo met spiegels en stootzakken veel indruk. Ten tweede dwingt 'vreemde grond' respect af. Royers huldigt het motto: in mijn huis respecteer je mijn regels. In combinatie met de reputatie van Royers en zijn rolmodellen blijkt dat goed te werken.

Personeel

Voormalige kampioenen vervullen als rolmodel een belangrijke functie bij Kickboxing Arnhem. Hun reputatie heeft een aanzuigende werking. Bovendien zijn alle trainers van de school goed opgeleid. Vrijwel allemaal hebben ze speciale cursussen van de KNKF gevolgd, die zijn gericht op lesgeven aan allochtone jeugd.

Kickboxing Arnhem heeft ook vrouwelijke trainers, waaronder voormalig wereldkampioen Krista Fleming. Daarmee is de school ook voor jonge meisjes en vrouwen aantrekkelijk.

Resultaten

Kickboxing Arnhem is gestart met 145 leden onder de 23 jaar, waarvan 70 van allochtone afkomst. Medio 2009 was het aantal leden gegroeid tot 202 onder de 23 jaar, waarvan 105 van allochtone afkomst.

Voor meer informatie: www.kickboxingarnhem.nl

TIP – Gebruik rolmodellen en/of ambassadeurs

Veel verenigingen hebben wel contact met een bekende (ex-)topsporter. Veel (ex-)topsporters zijn dankbaar voor wat de sport hun bracht en willen graag bij hun sport betrokken blijven. Maak waar mogelijk gebruik van hun naam en reputatie. Dat kan op incidentele basis, bijvoorbeeld bij bijzondere wervingsactiviteiten. Een enkele keer zijn er ook mogelijkheden voor structurele samenwerking, bijvoorbeeld als de (ex-)sporter ervoor kiest om trainer te worden.

Overigens ook andere (regionaal) bekende mensen kunnen veel voor een vereniging betekenen. Betrek ze bij de vereniging en vraag ze om ambassadeur te worden.

11 UTRECHTSE KORFBALVERENIGING SYNERGO



11 UTRECHTSE KORFBALVERENIGING SYNERGO

PROMOTIE	PRODUCT	PLAATS	PRIJS	PERSONEEL
✓				

Inleiding

Een plaatje zegt meer dan duizend woorden. Bewegende beelden zijn zelfs nog veel indringender dan plaatjes. De Utrechtse korfbalvereniging Synergo besepte dat. Om (allochtone) kinderen en hun ouders te bereiken, produceerde de vereniging een DVD met een filmpje. Daarin wordt in 7 minuten en 30 seconden uitgelegd wat korfbal is en dat kinderen en volwassenen uit iedere cultuur welkom zijn bij Synergo. Het filmpje is ook illustratief voor mensen die de Nederlandse taal minder goed machtig zijn. Met dit promotiefilmpje bereikt Synergo meer mensen dan met traditionele promotiemiddelen als flyers en brochures.



Achtergrond

Veel sportverenigingen gebruiken flyers en/of brochures om aspirant-spelers en/of hun ouders te informeren over de sport, de vereniging en de activiteiten van de vereniging. Over het rendement daarvan bestaan twijfels.

Om allochtone kinderen bij Synergo te krijgen, is het belangrijk dat hun ouders begrijpen wat korfbal inhoudt, wat Synergo voor een vereniging is en wat de activiteiten van de vereniging zijn. De vereniging legde dat allemaal keurig uit in een flyer. Synergo hoorde echter regelmatig dat allochtone ouders deze flyer niet lezen. De club ging op zoek naar een alternatief en besloot tot het maken van een DVD.

Synergo maakte het scenario voor de DVD zelf. Twee jeugdleden, waarvan een met een allochtone achtergrond, spelen de hoofdrol. Daarnaast figureren twee spelers uit het eerste team in het filmpje. Ook daarvoor werden zowel een autochtone als een allochtone speler gekozen.

Synergo toont in het filmpje de professionele en 'stoerdere' kant van de het korfbal door fragmenten van de zaalfinale om het Nederlands Kampioenschap in een mudvolle en kolkende Ahoy'-hal te laten zien.

Op de DVD vertelt de voorzitter van de vereniging iets over de vereniging en wordt er een kijkje genomen in het clubhuis. Om het familiekarakter van de vereniging en de korfbalsport te laten zien wordt er op de DVD kennismemaakt met 4 generaties Synergo-vrouwen.

De productie van de DVD besteedde Synergo uit aan een professional. Vrijwilligers van de club zorgden voor het ontwerp van het hoesje en de vermenigvuldiging van de DVD's.

Synergo is gevestigd op een kruispunt tussen de vier Utrechtse wijken Overvecht, Tuindorp, Tuinwijk en Ondiep. De vereniging verspreidde de DVD bij scholen in die vier wijken, met het verzoek de film in de klas te vertonen en aan leerlingen met interesse in de sport mee te geven, om thuis met hun ouders te bekijken.

Ook tijdens het jaarlijkse schoolkorfbaltoernooi werd de DVD vertoond.

DE P'S

Promotie

Met een eigen DVD heeft Synergo de beschikking over een nieuw, aantrekkelijk en zeer toegankelijk promotiemiddel. De kracht ervan is dat deze ook bruikbaar is voor mensen die de Nederlandse taal minder goed machtig zijn.

Synergo gebruikt de DVD als onderdeel van ledenwerfacties, bijvoorbeeld tijdens het jaarlijkse schoolkorfbaltoernooi. Geïnteresseerde leerlingen werden daarbij uitgenodigd voor vier proeftrainingen.

Resultaten

Het eerste jaar waarin de DVD werd gebruikt, kreeg Synergo na het schoolkorfbaltoernooi zoveel aanmeldingen dat de vereniging een nieuw team kon vormen. Via de DVD zijn bovendien contacten gelegd met de moskee in Overvecht. Trainers van Synergo geven inmiddels korfbaltrainingen aan kinderen van regelmatige bezoekers van die moskee.

De duidelijkheid van de DVD heeft drempelverlagend gewerkt. Er zijn zelfs allochtone ouders die belangstelling hebben om zelf te komen korfballen.

TIP – Houd rekening met de ontvangers van de boodschap

Dit is een oude communicatiewet. Als je wilt dat je boodschap wordt ontvangen, dan moet je ruis voorkomen! Denk kritisch na over promotie- en communicatiemiddelen en probeer die te beoordelen vanuit de positie van de ontvangers. Bij een vermoeden van ruis – bijvoorbeeld doordat een doelgroep minder in staat is om de tekst van een brochure te lezen – is het zaak om een alternatief te zoeken. Dat kan een face-to-face gesprek of een presentatie zijn, maar ook de toepassing van een heel ander medium.