

In deze rubriek belichten we een thema uit het sportverenigingsleven in Nederland op basis van de cijfers uit de SportAanbiedersMonitor (voorheen Verenigingsmonitor). Deze keer staat in het teken van hoop en het realiseren van ambities door verenigingen. Hoop doet leven: zolang er hoop is, zijn er ook nog mogelijkheden. Maar worden deze mogelijkheden ook gezien en benut door verenigingen?

“HOOP DOET LEVEN”

Groeiambitie

Bijna alle sportverenigingen in Nederland hebben een groeiambitie (90%) (figuur 1). Ook de verenigingen die de afgelopen jaren zijn gegroeid en verwachten dat die groei zich doorzet (de groeiers) hebben een groeiambitie voor 2016. De verenigingen met een stabiel ledental door de jaren heen (de stabielen) geven vaker aan niet te willen groeien.

Hoewel 90 procent van de verenigingen een groeiambitie heeft, wordt daar niet altijd concrete actie aan verbonden. Zo geeft een derde van de verenigingen aan wel te willen groeien, maar hebben in hun beleid geen speerpunten voor ledenwerving of -behoud.

Figuur 1 Leden(groei)ambitie voor 2016 sportverenigingen (percentage verenigingen)



Bron: NOC*NSF/Mulier Instituut SportAanbiedersMonitor 2012

In alle leeftijdscategorieën zijn voldoende potentiële sporters te vinden voor de sportverenigingen, blijkt uit de Sportersmonitor 2012 (GFK, 2013). De verenigingen die willen groeien, richten hun leden(wervings) acties voornamelijk op jeugd tot 12 jaar, gevolgd door jongeren (12 tot 23 jaar) en jongvolwassenen (23 tot 45 jaar). Met name de kleinere verenigingen (tot 100 leden) richten zich meer dan andere

verenigingen op de oudere leeftijdsgroepen vanaf 45 jaar.

Vernieuwend sportaanbod

Om hun leden te behouden organiseren verenigingen met name sfeerverhogende activiteiten zoals feesten en (jeugd)kampen, extra sportactiviteiten zoals (familie) toernooien en clinics met bekende sporters. Ook richten ze zich op het verbeteren van sportfaciliteiten en kwaliteit van het technisch kader.

Een flexibeler en gevarieerder sportaanbod en variatie in contributie bieden verenigingen de mogelijkheid om (potentiële) sporters aan zich te binden (Sportersmonitor 2012, GFK 2013). De meeste verenigingen (82%) zijn actief met één of meer vormen van nieuw sportaanbod. Verenigingen zijn onder andere actief met nieuwe sport- en spelactiviteiten voor nieuwe/potentiële leden en de eigen leden (figuur 2).

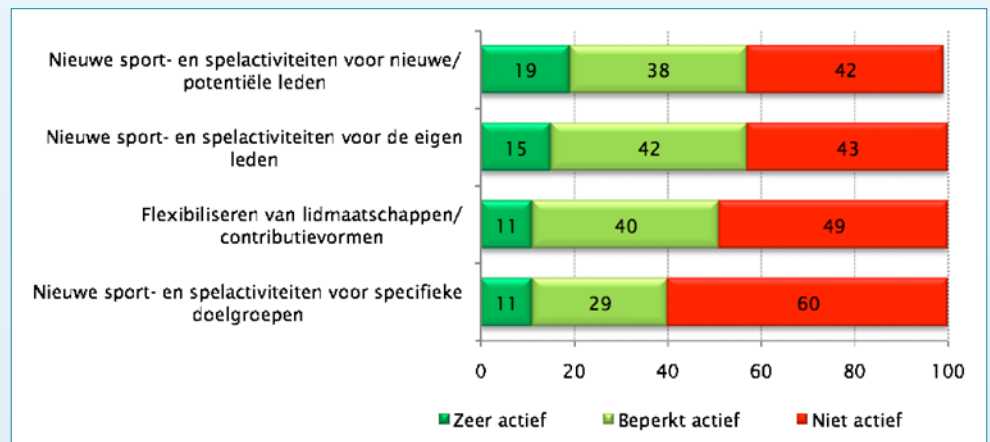
Een derde van de verenigingen is bezig met drie of vier van de producten in het kader van vernieuwing van het aanbod. Het zijn met name de groeiers en de dalers onder de verenigingen die hierin actief zijn. De stabielen ondernemen beduidend minder dan de andere verenigingen. Mogelijk hopen zij op

een blijvende stabiele situatie in hun ledental zonder verdere inspanning. De verenigingen die groei willen realiseren door middel van werving of behoud zijn daar actiever mee bezig. Zij zijn gemiddeld met twee vormen van vernieuwing van sportaanbod aan de slag (twee vijfde van de clubs met drie tot vier producten). Dit is meer dan de verenigingen die geen speerpunten hebben benoemd om te groeien. De helft van deze verenigingen is niet of nauwelijks actief met vernieuwing van het aanbod.

De verenigingen die hun groeiambities willen realiseren door middel van ledenwerving en -behoud hebben dit vaker dan de andere verenigingen verankerd in het beleid. Bij de helft van deze verenigingen vormt de groeiambitie een concreet beleidsonderwerp en is dit een speerpunt op korte termijn (71%).

Een ambitie gericht op groei door werving en behoud leidt bij veel verenigingen tot gerichte activiteiten om deze ambitie te realiseren. Hoop doet leven, deze verenigingen benutten mogelijkheden. Bij verenigingen met een groeiambitie zonder concrete speerpunten lijkt deze ambitie te blijven steken in hoop op groei. Zonder de daad bij het woord te voegen zijn groeiambities dus mogelijk enkel “ijdele hoop” . ●

Figuur 2 Introductie nieuw sportaanbod (percentage verenigingen)



Bron: NOC*NSF/Mulier Instituut SportAanbiedersMonitor 2012