



rotterdam
sportsupport



Flexibele lidmaatschappen en sportaanbod;
een middel voor sportverenigingen om leden
te behouden en te werven

September 2022

Inleiding

Of het nu gaat om voetbal, tennis, zwemmen of atletiek, verenigingen in alle takken van sport zagen de afgelopen decennia grote veranderingen in hun ledenbestand. Het gaat daarbij niet alleen om de omvang of samenstelling, maar ook de manier waarop lidmaatschappen worden ingevuld is veranderd.

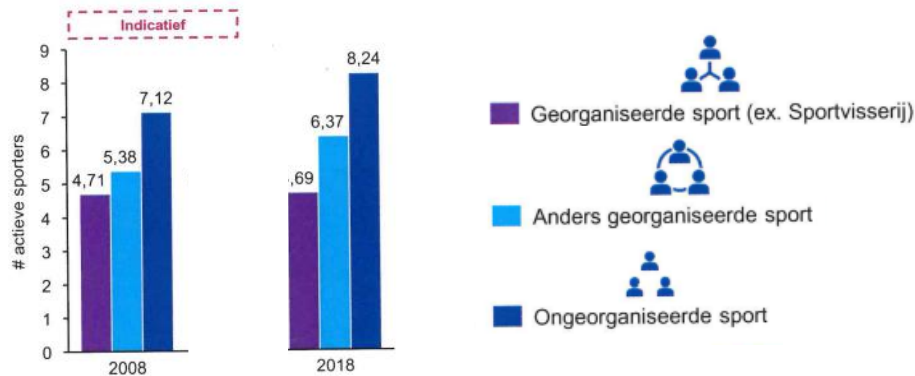
Een deel van de sportverenigingen slaagt erin mee te veranderen en meer mensen aan zich te binden, terwijl een ander deel kampt met een toenemend ledenverloop, een vergrijzend kader en een afnemende ledeninzet. Het 'marktaandeel' van de georganiseerde sport (sportverenigingen) is de laatste jaren geslonken in het voordeel van de on- en anders georganiseerde sport (bij commerciële aanbieders, zoals fitness, events en zwembaden en sporten in de openbare ruimte). Oorzaak hiervan is een veranderende wereld en daarmee andere behoeften van mensen. Veel sportverenigingen worstelen met de vraag: hoe gaan we om met deze veranderingen? Hoe kunnen we onze leden behouden? En welke aanpassingen zouden we kunnen doen om nieuwe leden naar onze vereniging te trekken?

In dit document zetten we de elementen van deze veranderende wereld die invloed hebben op sport uiteen. We laten een aantal praktische voorbeelden zien van hoe sportverenigingen en -bonden hierop inspelen. In de 5e paragraaf hebben we verschillende flexibele lidmaatschapsvormen op een rij gezet. Afsluitend laten we een stappenplan zien dat een sportvereniging kan volgen bij het inspelen op de vraag naar flexibiliteit.

Dit document heeft als doel sportverenigingsbestuurders te inspireren na te denken over de noodzaak in te spelen op de veranderende behoeften van mensen.

1. Een snel veranderende wereld

De wereld om ons heen verandert sneller dan ooit tevoren. Megatrends zoals bevolkingsgroei, verstedelijking, klimaatverandering, technologie en globalisering hebben invloed op het gedrag van mensen. Een veranderende wereld leidt ook tot ander sportgedrag, dat laten de cijfers van het Brancherapport van KPMG (2019) ook zien;



Bovenstaande figuur laat zien dat het aantal mensen dat in georganiseerd verband sport de laatste jaren grotendeels gelijk is gebleven en dat het aantal mensen dat anders of ongeorganiseerd sport is toegenomen. 30% van de Nederlandse bevolking beoefent sport op meerdere manieren en gebruikt daarvoor verschillende typen sportaanbod.



1.1 Flexibiliteit en individualisering

Mensen zijn de laatste jaren gewend geraakt (en door Corona is dit nog verder aangewakkerd) aan flexibiliteit ; sporten waar, wanneer en met wie men wil.

We zijn individualistischer geworden; het ‘ons’ gevoel maakt plaats voor meer individuele belangen en behoeftes. Deze verandering heeft in de laatste decennia plaats gevonden als gevolg van het afnemen van traditionele sociale verbanden zoals bijvoorbeeld de kerk, door het ontstaan van economische zelfstandigheid van vrouwen en door de groei van het aantal alleenstaanden. Ook op het gebied van sport is men individueler geworden en sporten mensen vaker alleen dan voorheen.



1.2 Sport digitaliseert

Door technologische ontwikkelingen zijn er allerlei digitale middelen die voor het sporten gebruikt kunnen worden, zoals smartwatches en ondersteunende apps. Onderzoek van het Mulier Instituut laat zien dat in 2022 63% van de sporters een app en/of device gebruikt om sportieve activiteiten te beoefenen. Het aandeel van devices neemt toe, met name de smartwatch is sterk in opkomst.

De belangrijkste reden om apps en/of devices te gebruiken is inzicht in de eigen prestaties. De tweede reden is het vergroten van de motivatie en het plezier. Door de digitalisering van sport worden mensen gestimuleerd zelf te bepalen waar, wanneer en met wie ze willen sporten. Je zou kunnen zeggen dat digitalisering individualisering versterkt.



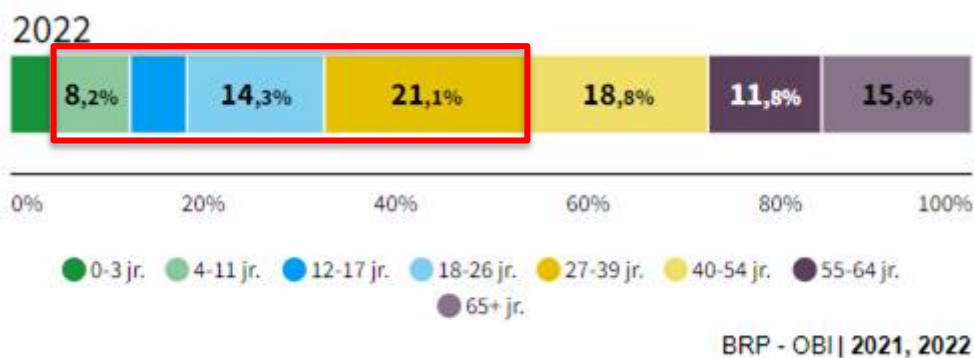
1.3 De sportconsument

Mensen stellen zich op als consument; je betaalt en alles wordt voor je geregeld. Goedkope fitnessclub ketens zoals Basic Fit bieden een lidmaatschap van €20 euro per maand waarbij je binnen loopt, je eigen programma volgt en weer vertrekt. Ander voorbeeld waarbij men zich als consument opstelt zijn eenmalige events, zoals de 'harbour run' en 'mud races'. Sportverenigingen ervaren ook de instelling van de sportconsument bij ouders van jeugdleden, kinderen worden regelmatig bij het hek afgezet en men verwacht dat alles daarmee geregeld is.

2. Millenials en Generatie Z verwachten flexibiliteit

De helft van de bevolking bestaat uit de leeftijdsgroep 4 - 40 jaar, dit zijn Millenials (geboortejaar 1981 - 1995) en Generatie Z (geboortejaar 1996 - 2012). Deze mensen zijn allemaal 'digital natives', ze zijn opgegroeid in een periode waarin de snelle ontwikkeling van internet op gang kwam. Zij zijn gewend aan 'on demand'; eten bestellen, film kijken, winkelen en sporten waar en wanneer jij wilt.

Bevolking naar leeftijdsklassen Rotterdam

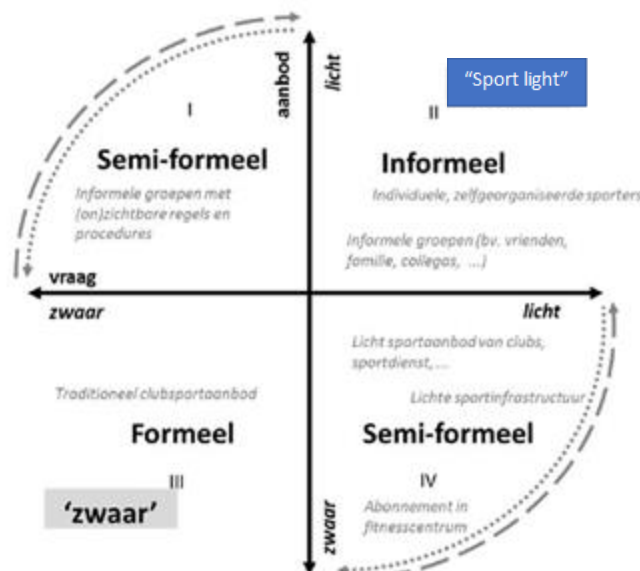


Daarnaast zijn als gevolg van technologische ontwikkelingen, zoals het gebruik van smart watches en apps, ook 40+'ers gewend geraakt aan flexibiliteit en wil die groep ook niet meer anders.

We kunnen dus wel stellen dat flexibiliteit onderdeel is geworden van onze maatschappij en niet meer zal verdwijnen. Sterker nog, de hang naar flexibiliteit zal alleen maar groter worden.

3. “Sport light”

De on- en andersgeorganiseerde sport groeit en heeft vaak een geïndividualiseerde flexibele vorm van sportbeoefening in zich. Voor deze lichtgeorganiseerde vormen van sport, waarbij de sporter zelf kan bepalen waar, wanneer, hoe en met wie er wordt gesport, is de term “sport light” geïntroduceerd. Sport light staat los van elke tak van sport en organisatievorm ;



Bron: Borgers e.a. (2016b) , aangepaste versie van Borgers (2015), Scheerder (2014) en Scheerder e.a. (2014a)

Het traditionele aanbod van sportverenigingen staat helemaal links onderin het model en sluit over het algemeen minder aan bij de behoefte aan flexibiliteit. Door haar bestaande aanbod aan te vullen met slimme “sport light” varianten zou een vereniging mogelijk de afname van het aantal leden kunnen beperken, de drempel naar regelmatige sportbeoefening kunnen verlagen én tegelijkertijd haar belangrijke maatschappelijke rol blijven vervullen en zelfs versterken.

Hoe kun je je als sportvereniging aanpassen om aantrekkelijk te blijven c.q. aantrekkelijker worden en de sterke positie in de ‘sportmarkt’ handhaven? Hoe kan je als sportvereniging ook semi-formeel sportaanbod aanbieden? In de volgende paragraaf laten we voorbeelden zien van sportbonden en -verenigingen die inspelen op veranderende behoeften.

4. Praktijkvoorbeelden inspelen flexibiliteit

4.1 Nieuwe spelvormen

De basket- en baseballbond hebben de laatste jaren nieuwe flexibele spelvormen geïntroduceerd die overgenomen zijn van de pleintjes in de Verenigde Staten:

- [3 x 3 basketbal](#) heeft simpele regels en er is weinig nodig om het te kunnen spelen ; 1 basket, 2 teams en 3 spelers per team. Rotterdam Basketbal heeft voor 3x3 een aparte [community](#) waar m.n. jongeren op een nieuwe en flexibele manier kunnen basketballen en chillen met elkaar.
- [Baseball5](#) is ook een urban sport die je altijd en overal kan spelen. Je speelt 5 tegen 5 in slechts 5 innings. Je hebt geen knuppels nodig, alles wat je nodig hebt is een bal.

Bij [Beweegplus-lessen](#) die Rotterdamse sportverenigingen aanbieden wordt ook ingespeeld op een vraag naar flexibiliteit in de vorm van mee doen op eigen niveau en komen wanneer je wil. De lessen staan los van de oorspronkelijke sport die de vereniging aanbiedt. De sportverenigingen focussen op gastvrijheid, motivatie van deelnemers, variatie in sport- en spelvormen en zorgen voor een gezellig moment na het sporten.

4.2 Aangepaste regels

- De voetbal- en hockeybond hebben competities gericht op oud-leden met kortere spelvormen, lagere frequentie en variabele teamsamenstelling. Dit wordt 7x7 genoemd en wordt op een kleiner veld met enigszins aangepaste regels gespeeld. [‘Sevens’ bij Hockey Club Rotterdam](#) is hier een goed voorbeeld van. Deze interne competitie voor 35+’ers is al in 2013 gelanceerd en wegens succes overgenomen door de Hockeybond. Het is ontstaan uit de behoefte om senioren op een laagdrempelige manier te voorzien in hockey. De vereniging zag hockeyers afhaken die de zondagcompetitie niet konden volhouden in combinatie met bijvoorbeeld het gezinsleven. Daarnaast wilde Hockey Club Rotterdam ook iets extra’s bieden om nieuwe leden te werven. De club heeft geleerd dat dit aanbod niet kannibaliseert op het huidige aanbod, omdat ze een doelgroep aanspreken die anders niet meer zou hockeyen, er zijn zelfs competitiespelers die ook mee doen met Sevens.
- Voor kleinere sportverenigingen zal het lastiger zijn een interne competitie op te zetten, zij zullen samenwerking moeten zoeken met andere clubs. Zo is de Korfbalbond bijvoorbeeld begin 2022 gestart met een pilot [“Recrestars”](#), een toernooivorm voor 30+’ers met meerdere clubs; “recreatief, minder frequent, laagdrempelig en met name gericht op gezelligheid, fit blijven en het gevoel van ‘toen’”.

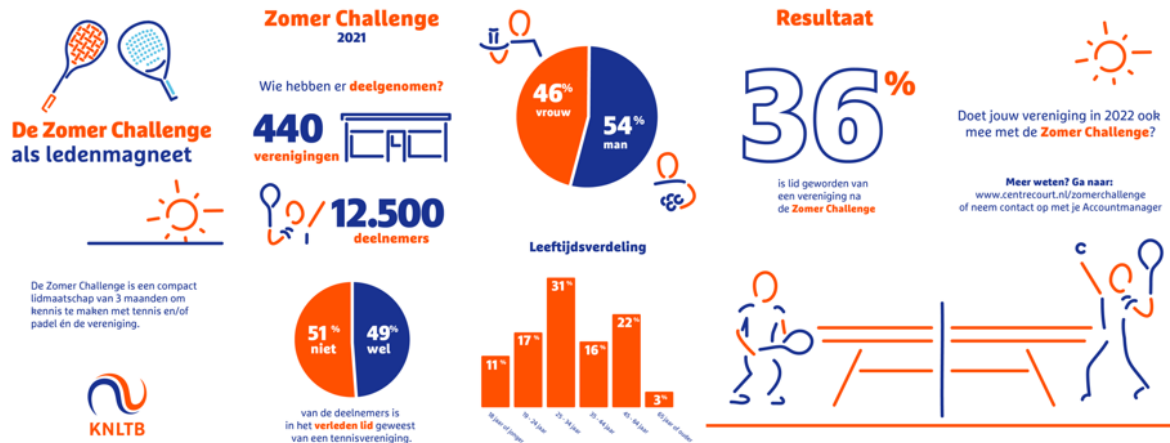
4.3 Aangepaste lidmaatschapsvormen

- **Zomerchallenge KNLTB**

Sinds een paar jaar heeft de tennisbond de “Zomerchallenge”. Om mensen op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met tennis en/of padel kunnen verenigingen de Zomer Challenge aanbieden. Dit is een compact lidmaatschapspakket van drie of vier maanden en is een middel om in de zomermaanden nieuwe leden te bereiken. De Zomer Challenge laat interessante cijfers zien ;

- 36% van de deelnemers is lid geworden na de Zomer Challenge
- 1/3 van de deelnemers zit in de leeftijdscategorie 25 tot 34 jaar
- Helft oud-leden, helpt nieuwe leden

Resultaten Zomer Challenge 2021



Een afgeleide van de Zomerchallenge is het [“All you can Tennis”-lidmaatschap](#) van LTC Hoogvliet, dit is een maandelijks opzegbaar lidmaatschap.

➤ Online platforms

Er zijn verschillende online platforms/apps op de markt die inspelen op de behoefte flexibel te sporten. Bijvoorbeeld via [Onefit](#), [Champ](#) en [Inviplay](#) kan men sportaanbod vinden. Een soort marktplaats voor sport dat het mogelijk maakt te sporten waar en wanneer je wilt en per keer of middels strippenkaart te betalen. Met name in de doelgroep van de multisporter zijn deze platforms populair. Bij Badmintonclub Ommoord bijvoorbeeld komen wekelijks een tiental mensen vrij spelen via Inviplay, een mooi aantal voor een club van ongeveer honderd leden. Carola Bouwens van BC Ommoord zegt daarover “Voor ons is het een extra inkomstenbron, maar vooral een kans om mensen kennis te laten maken met de sport én club die we zelf zo leuk vinden.”

Er zijn ook sportbonden die inspelen op de vraag naar flexibiliteit met online platforms;

- Op de [site van de hockeybond](#) vinden verenigingen allerlei soorten flexibel aanbod ter inspiratie en toolkits om zelf aan de slag te gaan. Daarnaast hebben ze het [platform Flexhockey](#) gelanceerd waar hockeyers flexibel clubaanbod in hun regio kunnen vinden en ook meteen kunnen boeken en betalen.
- De KNLTB heeft [Meet and Play](#) gelanceerd, een online reserveringssysteem waar je een tennis-, padel- of squashbaan kan zoeken en boeken.

Padel is de snelst groeiende sport van Nederland. Een van de redenen waarom padel zo snel groeit is dat deze sport veel flexibele kenmerken heeft; je kunt het op elk moment van de dag spelen, een baan is online te boeken zonder lidmaatschap, de regels zijn simpel en het is makkelijk te leren.

5. Lidmaatschapsvormen

Sportverenigingen die aan de slag willen met flexibele lidmaatschapsvormen kunnen flexibiliteit aanbieden in verschillende vormen. Men kan daarbij denken aan de duur van het lidmaatschap (contractduur), hoe vaak iemand komt (frequentie) of hoe het lidmaatschap wordt gebruikt. Hieronder een overzicht van verschillende flexibele lidmaatschapsvormen;

Contractduur	Frequentie	Gebruik
<ul style="list-style-type: none"> • Proeflidmaatschap Mogelijkheid tweemaal keer sport te proberen alvorens lid te worden. • Kwartaallidmaatschap Een abonnementsvorm voor drie maanden. • Halfjaarlidmaatschap (zomer & winter) Een abonnementsvorm voor zes maanden. • Maandlidmaatschap De mogelijkheid om aan het einde van elke maand op te zeggen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Event lidmaatschap Tijdelijk lidmaatschap om voor te bereiden op een evenement. • Trainingslidmaatschap Een lid traint alleen, doet niet mee aan wedstrijden. • Competitielidmaatschap Een lid traint niet en speelt uitsluitend wedstrijden. • Strippenkaart Vooruit betalen voor een x-aantal trainingen, zelf bepalen wanneer je komt. • Betalen per keer Betalen per keer dat men gebruik maakt van de vereniging. Bv via online platform. 	<ul style="list-style-type: none"> • Familielidmaatschap Meerdere familieleden vallen onder hetzelfde lidmaatschap (korting). • Team lidmaatschap Het totaalbedrag van het lidmaatschap wordt gedeeld door het aantal spelers. • Duo lidmaatschap 2 personen delen samen een lidmaatschap (óf de één óf de ander is aanwezig). • Bedrijfslidmaatschap Lidmaatschap van een bedrijf, zodat men zakenrelaties mee kan nemen om bv te golfen. • Verenigingslidmaatschap Geen "spelend" lidmaatschap, vereniging financieel steunen, algemene activiteiten van de vereniging gebruiken. • Basic en Premium lidmaatschap Basis en extra rechten bv vaker trainen, gratis koffie • Studenten/67+ lidmaatschap Korting op lidmaatschap wanneer student of 67+. • Daluren lidmaatschap Korting wanneer alleen aanwezig op daluren. • Buitenlidmaatschap Lidmaatschap met beperkte speelrechten op grond van de afstand van de woonplaats tot de vereniging (bv 100 km hemelsbreed). • Combi lidmaatschap (Sport & Andere Branche) Korting op het lidmaatschap wanneer verschillende sporten gecombineerd worden.

6. Aan de slag

De gemiddelde sportvereniging verliest per jaar 10% van zijn leden. Een deel van deze leden zou je wellicht kunnen behouden door in te spelen op de veranderende behoeften en vraag naar flexibiliteit. En daarnaast trek je wellicht ook nog nieuwe leden aan met flexibel sportaanbod. Dit zou tot de conclusie kunnen leiden dat het de moeite van het proberen waard is. De ervaring leert bovendien dat verenigingen niet bang hoeven zijn dat flexibel sportaanbod leidt tot kannibalisatie op bestaande lidmaatschappen. Bij Hockey Club Rotterdam zien we zelfs dat bestaande leden ook meedoen met het flexibele Sevens aanbod. Ook zijn er voorbeelden van mensen die de overstap van flexibel naar vast lidmaatschap maken.

We raden sportbestuurders aan de volgende stappen te doorlopen bij het neerzetten van flexibel sportaanbod:

1. Stel jezelf de vraag of het bij de identiteit van de vereniging past om flexibeler te verenigen? Is de organisatie er op ingericht en zijn de leden er klaar voor?
2. Controleer of de statuten en het huishoudelijk reglement van de vereniging het toelaten om te werken met flexibele lidmaatschapsvormen. Indien hierover niets staat opgenomen, is het raadzaam om de statuten en/of het huishoudelijk reglement hierop aan te passen. Dit moet gebeuren door goedkeuring van de algemene ledenvergadering.
3. Ga in gesprek met de doelgroep voor wie het aanbod bestemd is. Co -creëer samen met hen, je zal zien dat daar weer andere dingen uit komen dan je zelf had kunnen bedenken.
4. Maak een business case om inzichtelijk te krijgen wat de financiële opbrengsten kunnen zijn. Mensen zijn bereid te betalen voor flexibiliteit.
5. Betrek de huidige leden in de besluitvorming en informeer hen duidelijk over de gedachte achter het introduceren van flexibel sportaanbod/lidmaatschap.
6. Als het flexibele aanbod dan eenmaal is geïntroduceerd, zorg dan dat je het goed blijft monitoren en promoten/communiceren.

[Martine Willemse](#) (Verenigingsconsulent toekomstbestendige sportverenigingen van Rotterdam Sportsupport) denkt graag mee om samen te bepalen waar eventuele kansen liggen voor jouw sportvereniging!