

SAMEN  
SLIM  
WERVEN

DEEL  
NEMERS

## Even kennismaken

- ▶ Wie heeft een dalend aantal leden?
- ▶ Bij wie zijn bepaalde leeftijdsgroepen onderbelicht?
- ▶ Wie organiseert wervingsacties?
- ▶ Wie heeft er aanbod voor niet-leden?
- ▶ Wie heeft vernieuwende lidmaatschapsvormen?
- ▶ Wat doe je aan behoud van leden?
- ▶ Nu alles weer mag - loopt het als vanouds?

# Hoe scherp bent u op de veranderende omgeving?

Link naar de video 'Whodunnit'?

<https://www.youtube.com/watch?v=ubNF9QNEQLA>

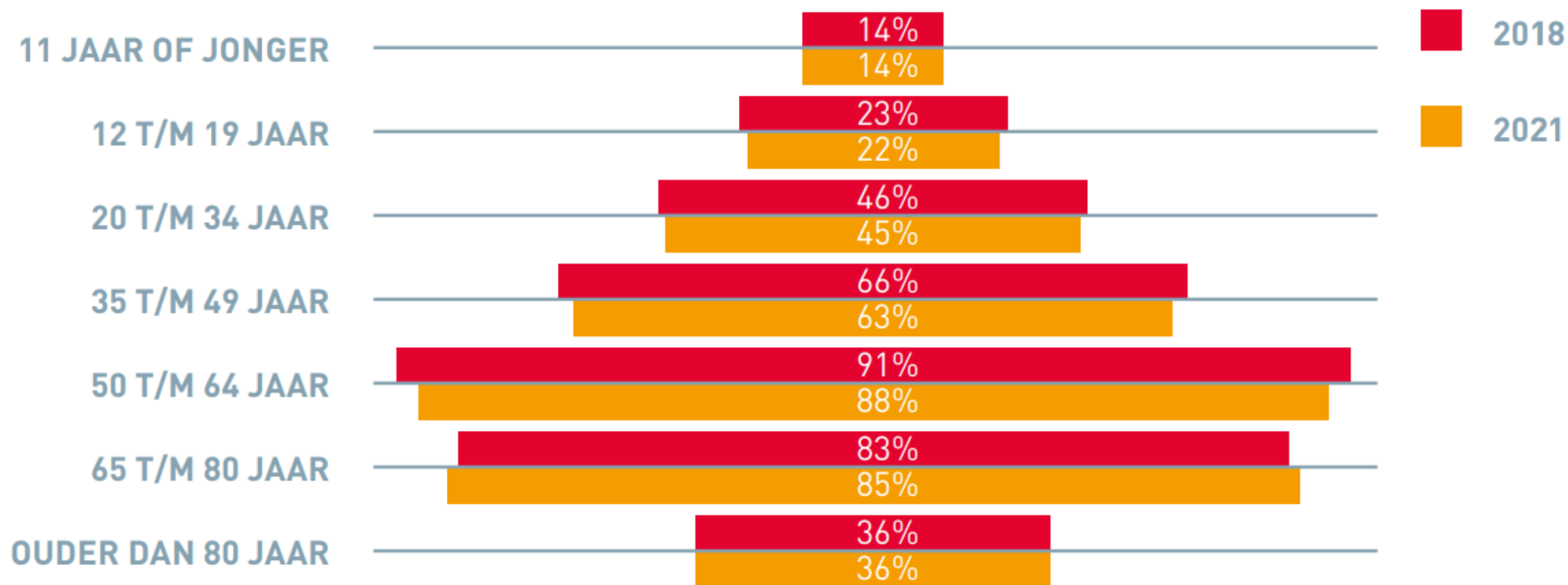




## Trends kunstbeoefening

- ▶ 10.000 verenigingen en stichtingen
- ▶ 6,4 miljoen beoefenaars
- ▶ 1,5 miljoen neemt deel in verenigings- of stichtingsverband.
- ▶ Steeds meer mensen nemen in informeel verband deel

## PERCENTAGE VERENIGINGEN DIE LEDEN IN EEN BEPAALDE LEEFTIJDSCATEGORIE HEBBEN



## Knelpunten ledenwerving

- ▶ Concurrentie met andere vrijetijdsbestedingen
- ▶ Jongeren haken af
- ▶ Lidmaatschap niet meer vanzelfsprekend
- ▶ Financiële drempels
- ▶ Gebrek aan vernieuwing
- ▶ Geen beleid op werving/behoud
- ▶ De aansluiting missen met veranderende wensen van doelgroepen





# De stappen van *Samen Slim Deelnemers Werven*

1

Analyseer



2

Kies je doelgroep  
(levensfase +  
motief)



3

Maak een persona



4

Bedenk een  
nieuw product of  
pas je huidige  
aanbod aan, met  
een marketingmix



***“Het werven/behouden van deelnemers draait om het afstemmen van je aanbod op de behoeftes van je (potentiële) deelnemers!”***

# 1

## Analyseer



# Stap 1: Analyse

- ▶ Onderzoek binnen organisatie
  - ▶ Wat willen je deelnemers?
  - ▶ Hoe ziet je bestuur eruit?
- ▶ Analyse organisatie
  - ▶ Wat biedt jouw organisatie?
- ▶ Analyse omgeving
  - ▶ Wat doen je concurrenten? Of zijn het ook samenwerkingspartners?
  - ▶ Binnen welke doelgroepen liggen kansen?
  - ▶ Waar is vraag naar?
- ▶ Wat is je ambitie bij deelnemerswerving?

# Kwalitatief en kwantitatief onderzoek



## Onderscheidend karakter

- ▶ Twee organisaties organiseren een zelfde soort activiteit in één gemeente, maar er is een groot verschil in deelnemersaantal. Welke factoren kunnen hier de oorzaak van zijn?



# Omgeving en concurrenten



# Stap 2: Keuze in doelgroep

2

Kies je doelgroep



Doelgroep =

Levensfase + motief

# Levensfases

- ▶ Dreumes
- ▶ Schoolkind
- ▶ Jongere
- ▶ Student
- ▶ (Niet) werkende
- ▶ Gepensioneerde
- ▶ Oudere



# Levensfases

Levensfase	Behoefte	Benadering
Dreumes	Spelen en plezier	Mond-tot-mondreclame
Schoolkind	Leren door doen	Benader de ouders
Jongere	Motivatie fluctueert	Ga in gesprek
Student	Beperkte vrije tijd	Bied flexibel aanbod
(Niet) werkende	Te combineren met andere activiteiten?	Bied goede faciliteiten
Gepensioneerde	Variabel in tijd en mogelijkheden	Focus op sociaal contact
Oudere	Eigen tempo, veilig	Ga naar de oudere toe!

# Analyse van het eigen aanbod

## Voorbeeld: popkoor

Richtlijn leeftijd	Levensfase	Mannen	Vrouwen	Aantal	%	Zangaanbod	Overig aanbod	Waardering	Benodigde aanpassingen
2-4	Dreumes			0	0%				
5-12	Schoolkind			0	0%				
13-18	Jongere		3	3	6%	Wekelijkse repetitie + 3 optredens p/jaar	Koorweekend Parijs + Filmavond + Feestje	6,5	
19-25	Student	2	5	7	13%	Wekelijkse repetitie + 3 optredens p/jaar	Koorweekend Parijs	7	
26-67	Werkende / niet-werkende	14	26	40	75%	Wekelijkse repetitie + 3 optredens p/jaar	Koorweekend Parijs	8,5	
68-80	Gepensioneerde		3	3	6%	Wekelijkse repetitie + 3 optredens p/jaar	Koorweekend Parijs	8	
81-	Oudere			0	0%				
Totaal		16	37	53	100%				

# Cultuurmotieven

Sociaalgerichte  
deelnemer



Belevenisgerichte  
deelnemer



(Artistiek) ambitieuze  
deelnemer



# Opdracht: kiezen van de doelgroep

Kiezen van de  
doelgroep:

Op wie richten we ons  
nieuwe/aangepaste  
aanbod?

- ▶ In welke **levensfase** bevindt **onze** doelgroep zich? Welke kenmerken horen daarbij?
- ▶ Welk **cultuurmotief** past bij **onze** deelnemers?
- ▶ Vanuit daar ga je een doelgroep kiezen en kijk je wat je met het aanbod doet.

3

Maak een  
persona



# De persona

- ▶ Fictief persoon, dat de eigenschappen bezit van de gekozen doelgroep (levensfase + cultuuridentiteit)
- ▶ Omschreven aan de hand van specifieke eigenschappen, behoeftes en belemmeringen

# De persona...

- ▶ ... bestaat niet echt, maar zou wel echt kunnen zijn
- ▶ ... is niet je droomlid, maar een realistische weergave van een potentieel lid
- ▶ ... is geen vage abstracte beschrijving van je doelgroep, maar heeft concrete eigenschappen
- ▶ ... zorgt dat je niet denkt vanuit je eigen organisatie, maar vanuit de behoeften/belemmeringen van de deelnemer

# Persona Els

**Beschrijf de persona** (bijv. gender, leeftijd, levenssituatie, beperkingen)

**Naam persona**

Els

**Behoeftes** (bijv. persoonlijke aandacht, artistiek-inhoudelijke wensen)

**Motieven voor cultuurbeoefening** (bijv. sociaalgericht, artistiek-ambitieuw, belevenisgericht. Licht toe)



**Belemmeringen, drempels, knelpunten**

**Wat is de link van de persona met de aanbieder?**

**Hobby's en interesses**

**Welke lokale media en communicatie volgt de persona?**



# Chantal, muzikant

**Beschrijf de persona** (bijv. gender, leeftijd, levenssituatie, beperkingen)

- Vrouw, 52
- Woont samen met partner in Dordrecht, kinderen zijn uit huis

**Naam persona**

Chantal



**Behoeftes** (bijv. persoonlijke aandacht, artistiek-inhoudelijke wensen)

- Heeft vroeger trombone gespeeld, wil graag weer op hetzelfde niveau komen - Heeft behoefte aan een goede structuur en communicatie
- Zit overdag veel, dus wil ook wel wat beweging

**Motieven voor cultuurbeoefening** (bijv. sociaalgericht, artistiek-ambitieuw, belevenisgericht. Licht toe)

Wil zich naast haar drukke baan ook creatief kunnen uiten, het liefst samen met anderen

**Belemmeringen, drempels, knelpunten**

- Heeft een drukke baan, is soms in het buitenland
- Wil het weekend graag vrijhouden
- Is bang dat lidmaatschap veel verplichtingen met zich meebrengt

**Wat is de link van de persona met de aanbieder?**

Kent de aanbieder van lokale optredens in de stad, is enthousiast over de sfeer en uitstraling

**Hobby's en interesses**

- Fotografie
- Koken

**Welke lokale media en communicatie volgt de persona?**

- Volgt veel landelijke media
- Is actief op Facebook

# Youssef, nieuwkomer

## Beschrijf de persona (bijv. gender, leeftijd, levenssituatie, beperkingen)

- Man, 26 jaar, alleenstaand
- Woont in Hilversum
- Is als vluchteling naar Nederland gekomen (3 jaar geleden)
- Werkt momenteel als kok

## Motieven voor cultuurbeoefening (bijv. sociaalgericht, artistiek-ambitieuw, belevenisgericht. Licht toe)

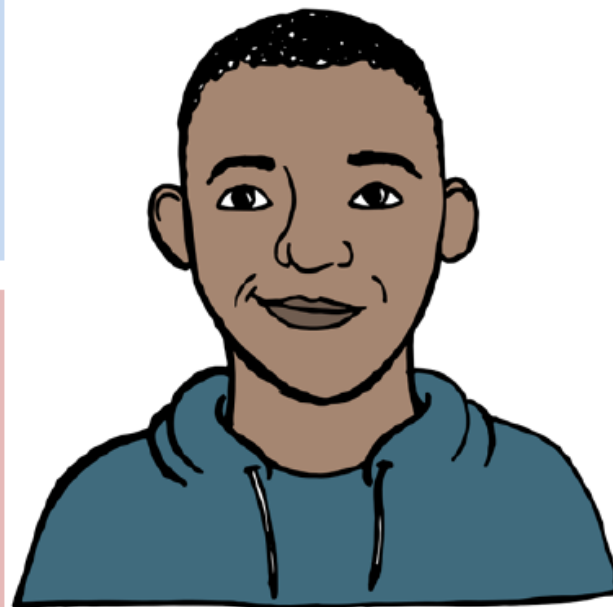
Deed aan kunstbeoefening in zijn kerk in zijn geboorteland, is weer op zoek naar 'familiegevoel' en wil zijn creativiteit kwijt.

## Wat is de link van de persona met de aanbieder?

Nog niks. Maar zou bij ons kunnen passen vanwege onze open cultuur en onze bereidheid extra meters te maken voor eventuele nodig aanpassingen.

## Naam persona

Youssef



## Behoeftes (bijv. persoonlijke aandacht, artistiek-inhoudelijke wensen)

Wil vooral creatief bezig zijn en diverse contacten opdoen. Hoeft niet per se beter te worden, maar af en toe op een podium staan zou leuk zijn.

## Belemmeringen, drempels, knelpunten

- Wil niet de enige zijn die 'anders' is
- Ingewikkelde Nederlandse teksten kunnen een probleem zijn
- Beperkte financiële middelen

## Hobby's en interesses

- Wandelen in het bos,
- Sporten met vrienden,
- Religie
- Lekker eten

## Welke lokale media en communicatie volgt de persona?

- Leest briefjes in supermarkt
- Spreekt veel mensen in de kerk
- Volgt veel buitenlandse media

# De stappen van *Samen Slim Deelnemers Werven*

1  
Wie zijn wij?

Analyseer



2  
Wie zoeken wij?

Kies je doelgroep  
(levensfase +  
motieven)



3  
Wat bieden wij?

Maak een persona



4  
Wat bieden wij?

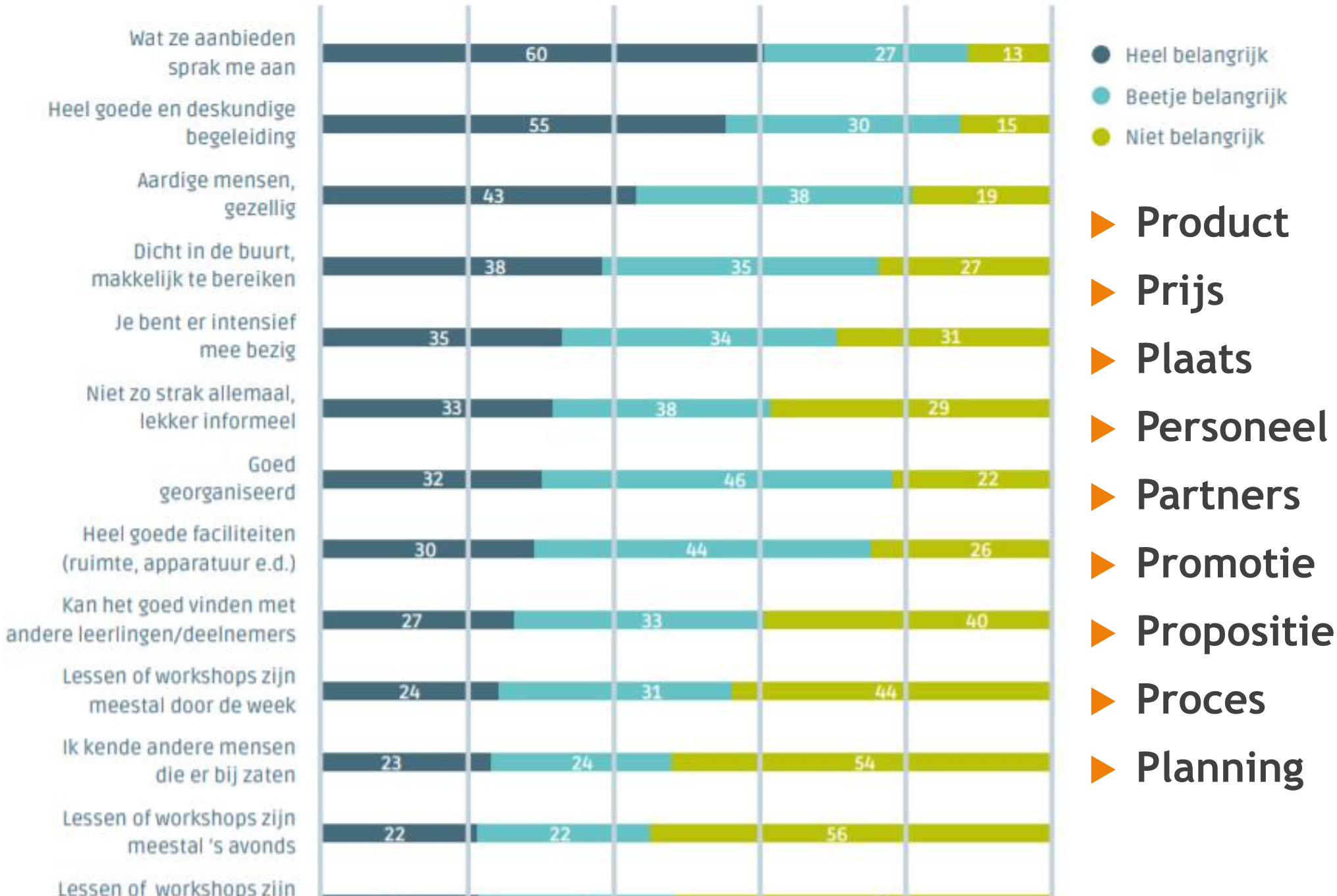
Bedenk een  
nieuw product of  
pas je huidige  
aanbod aan, met  
een marketingmix

4

Bedenk een  
nieuw product  
of pas je  
huidige  
aanbod aan,  
met een  
marketingmix

- ▶ **Product**
- ▶ **Prijs**
- ▶ **Plaats**
- ▶ **Personeel/vrijwilligers**
- ▶ **Partners**
- ▶ **Promotie**
- ▶ **Propositie**
- ▶ **Proces**
- ▶ **Planning**

FIGUUR 3. MOTIEVEN OM VOOR EEN BEPAALDE AANBIEDER TE KIEZEN



# VOORBEELD Promotie

- ▶ Wat wil je uitstralen?
- ▶ Sluit dit aan bij je persona?
- ▶ Wie beslist?



# Muziekvereniging zoekt JONG TALENT

JONG EN MUZIKAAL? Vind je muziek maken leuk en wil je graag op een instrument spelen? Een trombone, een saxofoon, een trompet of misschien wel een compleet drumstel!! Meld je dan aan voor Algemene Muzikale Vorming bij muziekvereniging Euterpe. Hier leer je onder leiding van een enthousiaste docent:

- ▶ Muzieknoten
- ▶ Ontwikkeling van je maat en ritmegevoel
- ▶ Kennismaken met muziekinstrumenten

Start, september 2016 Heinkenszand  
(kosten € 120,- per jaar)

2016-2017

A.M.V.

## Snuffelles

25 mei van 18.30 tot 19.30 uur  
clubgebouw Euterpe  
dorpstraat 26 Heinkenszand

Meer info? [marianellebeke@euterpeheinkenszand.nl](mailto:marianellebeke@euterpeheinkenszand.nl)

(Graag aankruisen wat van toepassing is)

(Hierlangs afknippen)

Ja ik geef mij op voor A.M.V.

Mijn naam: .....

Adres: .....

postcode/woonplaats: .....

Telefoon: .....

E-mail: .....

Leeftijd: ik zit in groep ..... en ben ..... Jaar

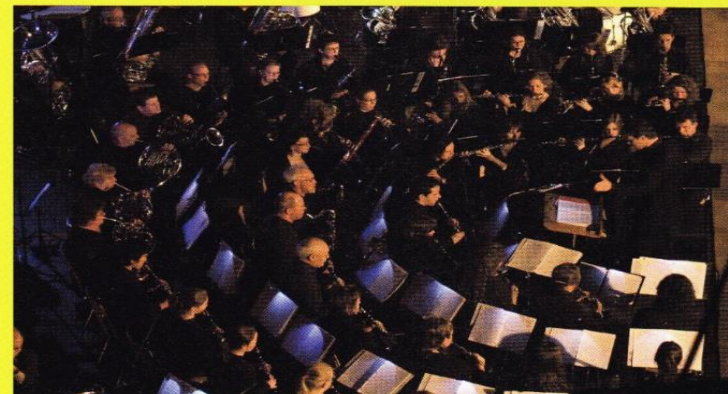
Lever deze strook in voor 18 juli 2016 bij Marian Dellebeke (bestuurslid), Smientstraat 13 Heinkenszand.



## Muziekvereniging St. Willibrord

Heb jij zin om samen muziek maken?  
Dan is de muziekvereniging de uitdaging voor jou!  
Jong of oud, maakt niet uit!

Muziekvereniging St. Willibrord is een actieve vereniging met ca. 100 leden. De vereniging biedt haar leden de mogelijkheid om op goed niveau muziek te maken. Regelmatig wordt opgetreden en natuurlijk is St. Willibrord van de partij bij onder andere koninginnedag en de kerstviering.



De vereniging bestaat uit een harmonieorkest, slagwerkgroep, leerlingenorkest, samenspeelgroep en een opleiding Basis-VormingMuziek.

Zelf muziek maken: lees verder op de achterkant ->



Hobo



Dwarsfluit



Klarinet



Saxofoon



Trompet



Hoorn



Drums



## De cursus

- ▶ 3 workshops op locatie voor maximaal 10 cultuuraanbieders (werkgroepen van 2-4 personen per cultuuraanbieder)

*kosten afhankelijk van opdrachtgever*

- ▶ Licentie voor de e-learning

*kosten €25,- per cultuuraanbieder*

*(vaste afdracht aan ontwikkelaar, per jaar)*



# Vragen over de training?

Matthijs Beerepoot

E: [MatthijsBeerepoot@lkca.nl](mailto:MatthijsBeerepoot@lkca.nl)

## Hulp nodig?

sesamacademie [Home \(sesamacademie.nl\)](http://sesamacademie.nl),  
Rabo-clubsupport [Ambitie voor je club? - NOCNSF](#)

**SAMEN  
SLIM  
WERVEN** **DEEL  
NEMERS**