



De Kunst van het Verenigen  
meer betrokken leden

---

WELKOM!



Ledenbetrokkenheid:  
1 centrale vraag

Wie is er de baas in je vereniging?

# Ronde 1: uitwisselen

- Wie ben je? Namens welke vereniging zit je hier?
- Wat doe je bij de vereniging en hoe lang doe je dat al?
- Wat is er uniek/gaaf/bijzonder aan je vereniging (en misschien ben je daar wel trots op)?
- Wat is de belangrijkste uitdaging van je vereniging op gebied van ledenbetrokkenheid?
- Wat heb je het afgelopen jaar ondernomen om leden te betrekken en wat was het resultaat?



Wat is een  
vereniging?

# Wat is een vereniging?

Een groep mensen die iets leuks/goeds met elkaar willen doen



Als je doet wat je deed  
krijg je wat je had.

# Veranderen begint met...

Weten wat de waarde van de vereniging is voor je leden  
(op welke behoefte heb je een antwoord?)

Weten wat het 'DNA' is van je vereniging  
(op welke manier ben je onderscheidend/uniek?)



Betrokkenheid begint  
met de vraag..

In hoeverre sluiten behoefte en DNA op elkaar aan?





# Wat je kunt doen

Stel vragen aan je leden: doe een enquête of organiseer een ledenberaad (spiegel- en droomavond)

Maak je plannen (beleid) concreet, actiegericht en behapbaar

Pak ledenbetrokkenheid gestructureerd aan



De ‘Ledencarrière’

Hoe verliep jouw  
carrière binnen de  
vereniging?

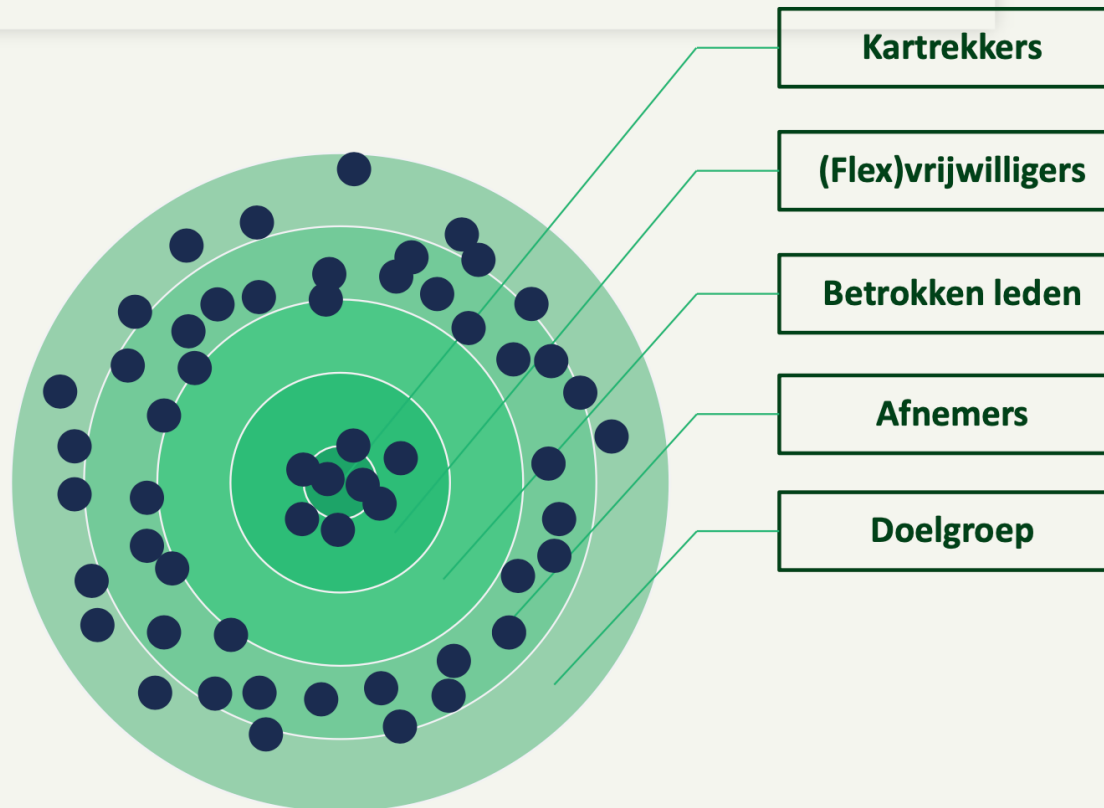
# De cirkels van betrokkenheid



Dit model is ontwikkeld door Gersom Smit

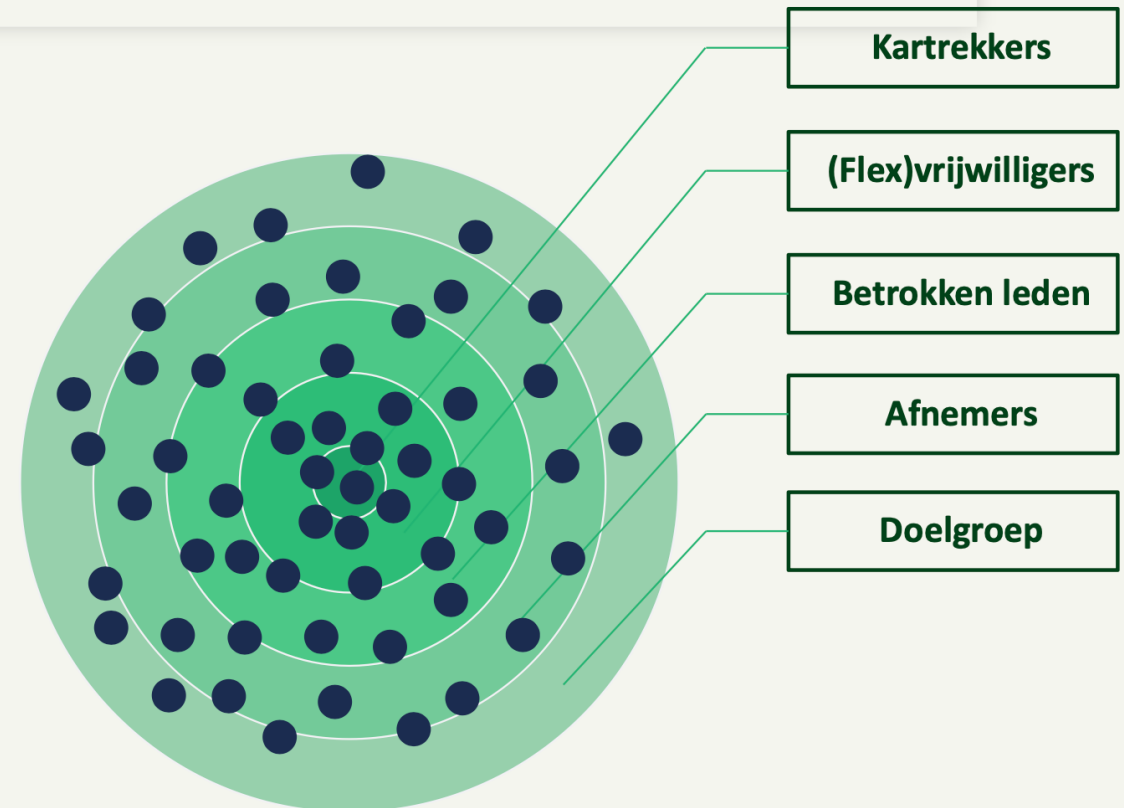
### De realiteit bij veel verenigingen:

Veel taken bij weinig mensen. Een kloof tussen harde kern en de rest van de leden. Vrijwilligers zoeken voelt als trekken aan een dood paard. Kartrekkers zijn veelal uitvoerend bezig en zien geen kans om persoonlijk in leden te investeren



### De gewenste situatie:

Alle lagen zijn goed gevuld en er is doorstroom. Leden worden vanuit een enthousiaste, positieve toon geactiveerd. Dankzij voldoende uitvoerende hulp hebben kartrekkers ruimte om (nieuwe) leden te enthousiasmeren en begeleiden.

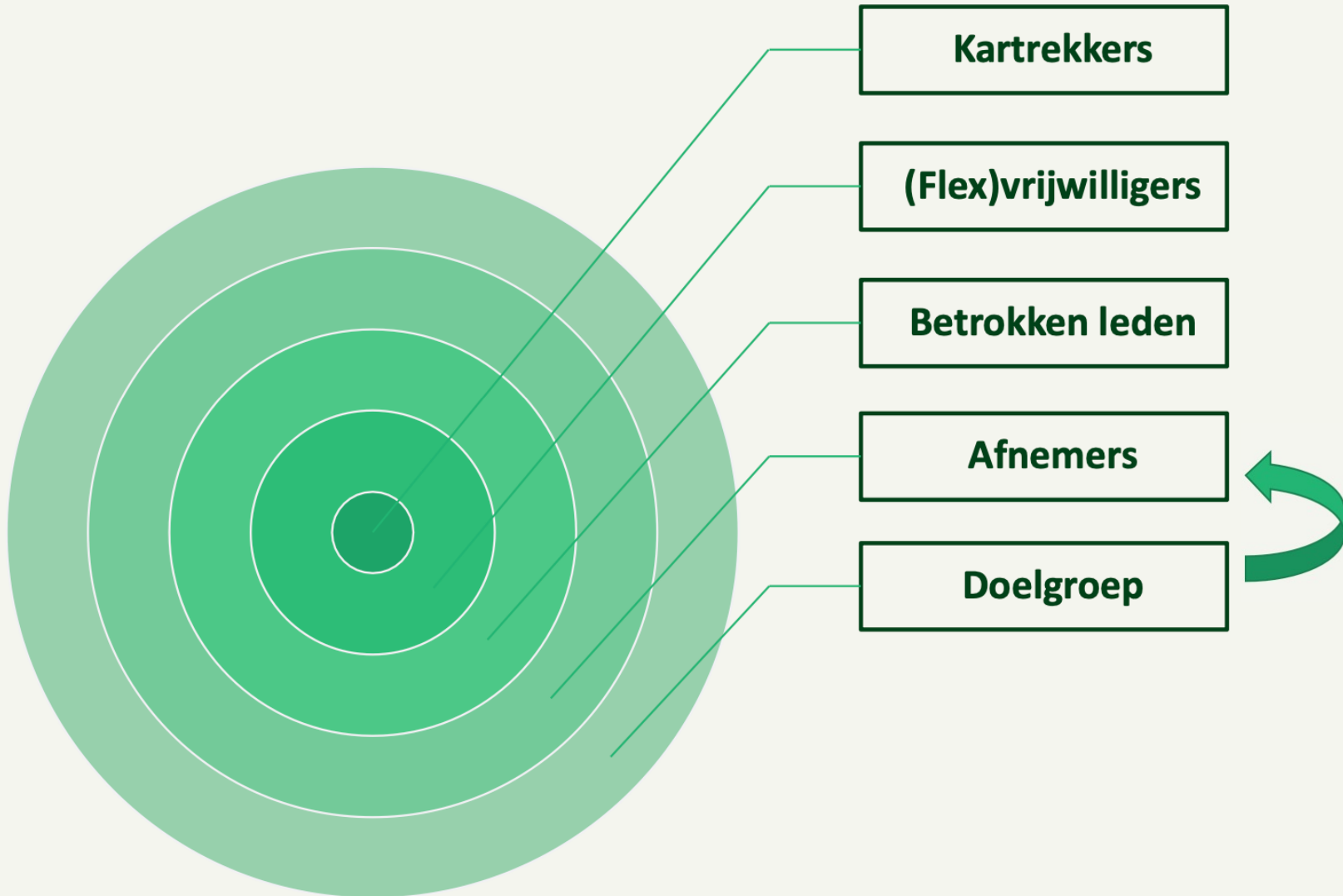




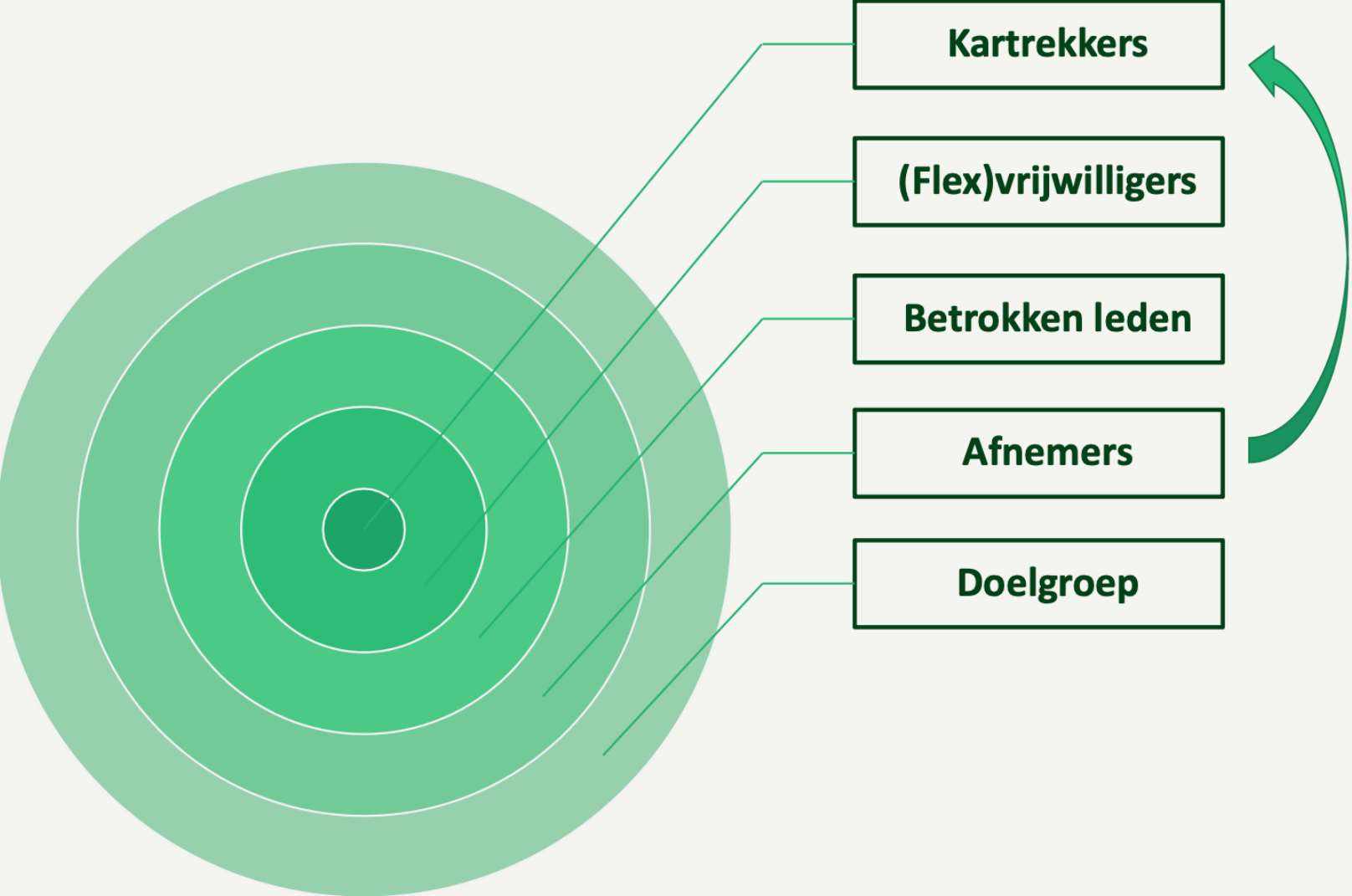
Cirkels van  
betrokkenheid

Hoe zit het met de  
spreiding in jouw  
vereniging?

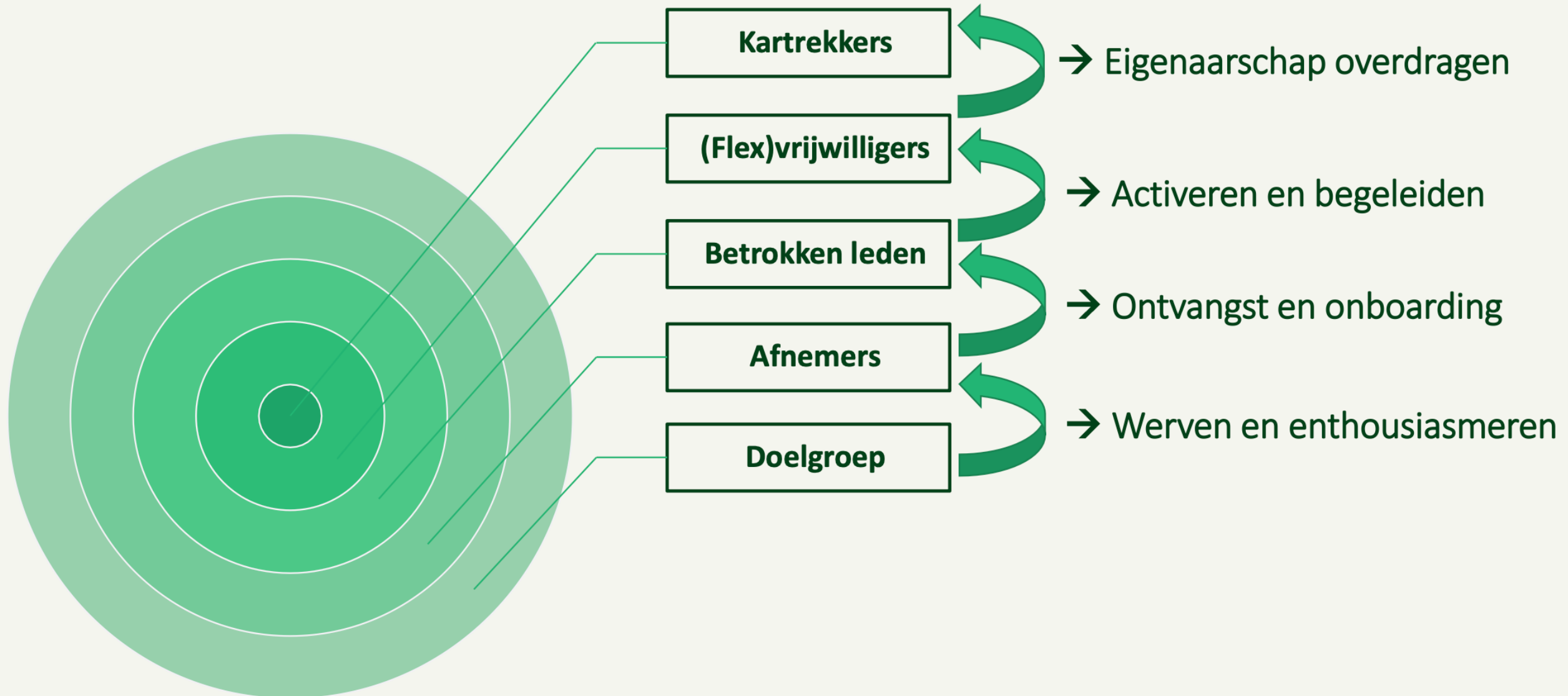
# Valkuil #1: alleen investeren in de werving



# Valkuil #2: onpersoonlijke benadering + te grote stappen



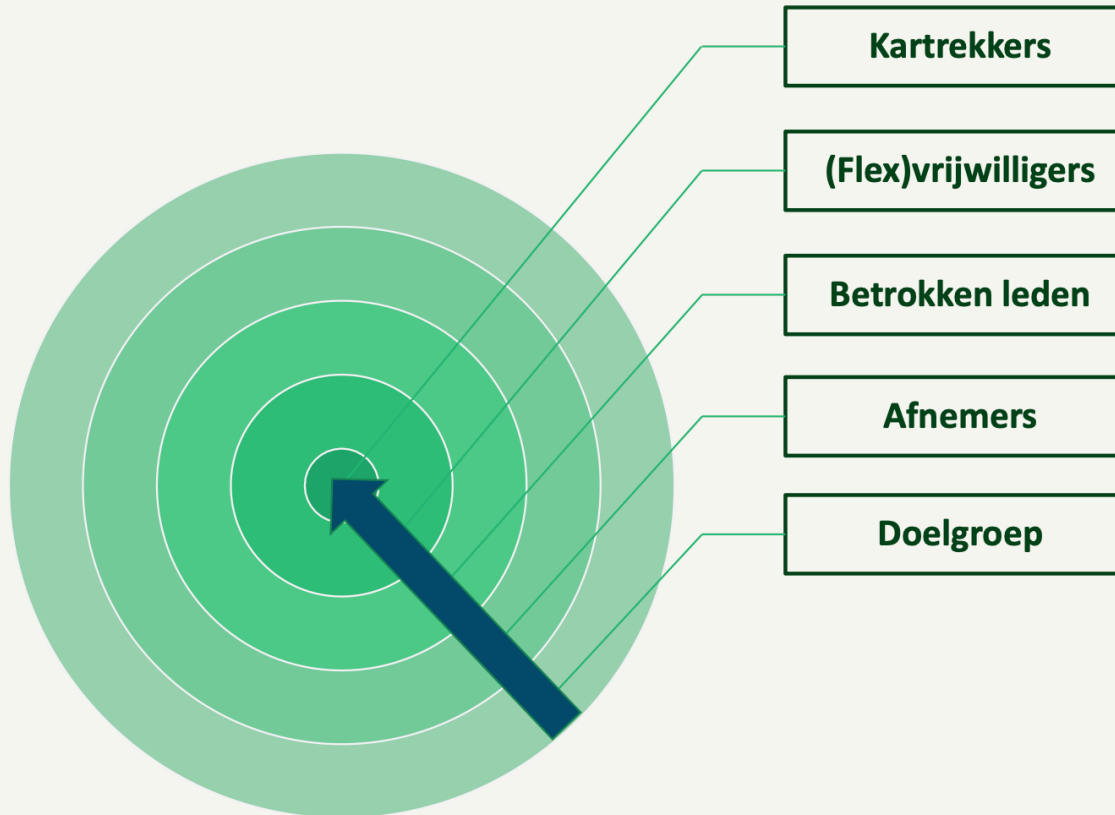
# Dus: investeer in álle stappen als vereniging



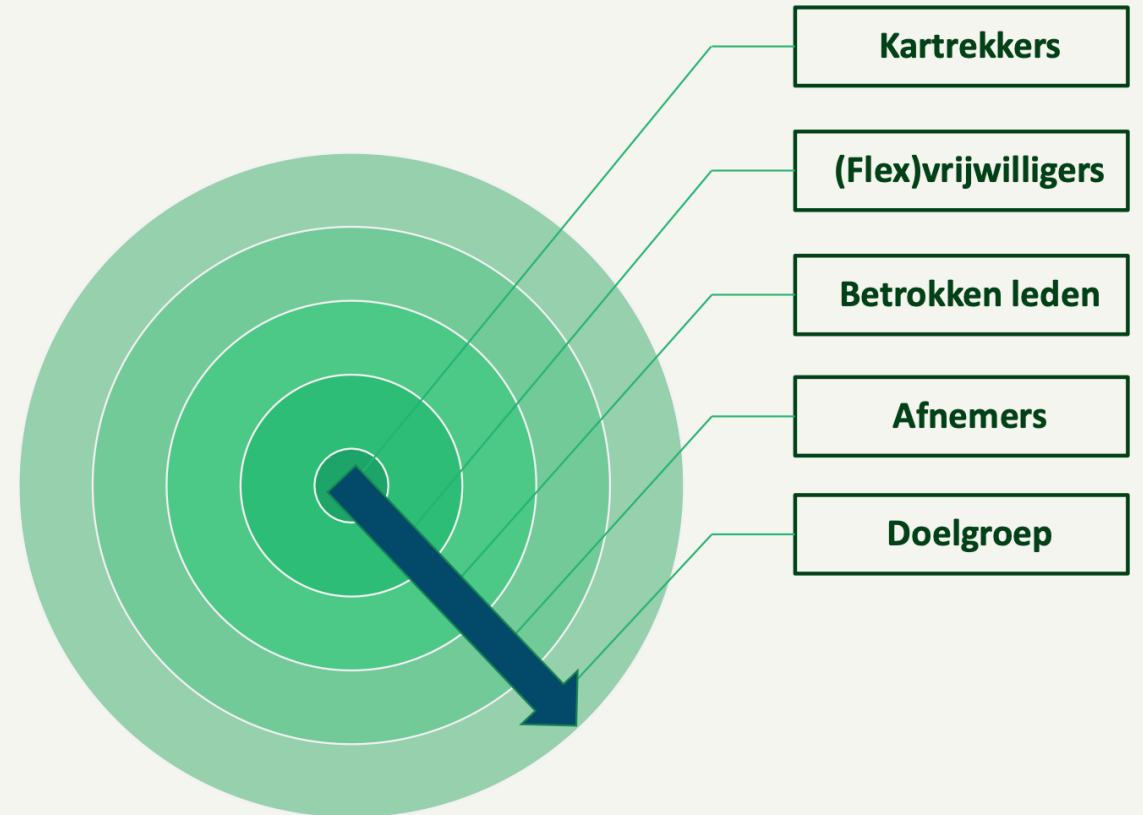


# Bijpassende houding van het bestuur

**Faciliterend bestuur** waarbij de ideeën van de doelgroep, leden en vrijwilligers leidend zijn  
→ nadruk op bevragen en betrekken

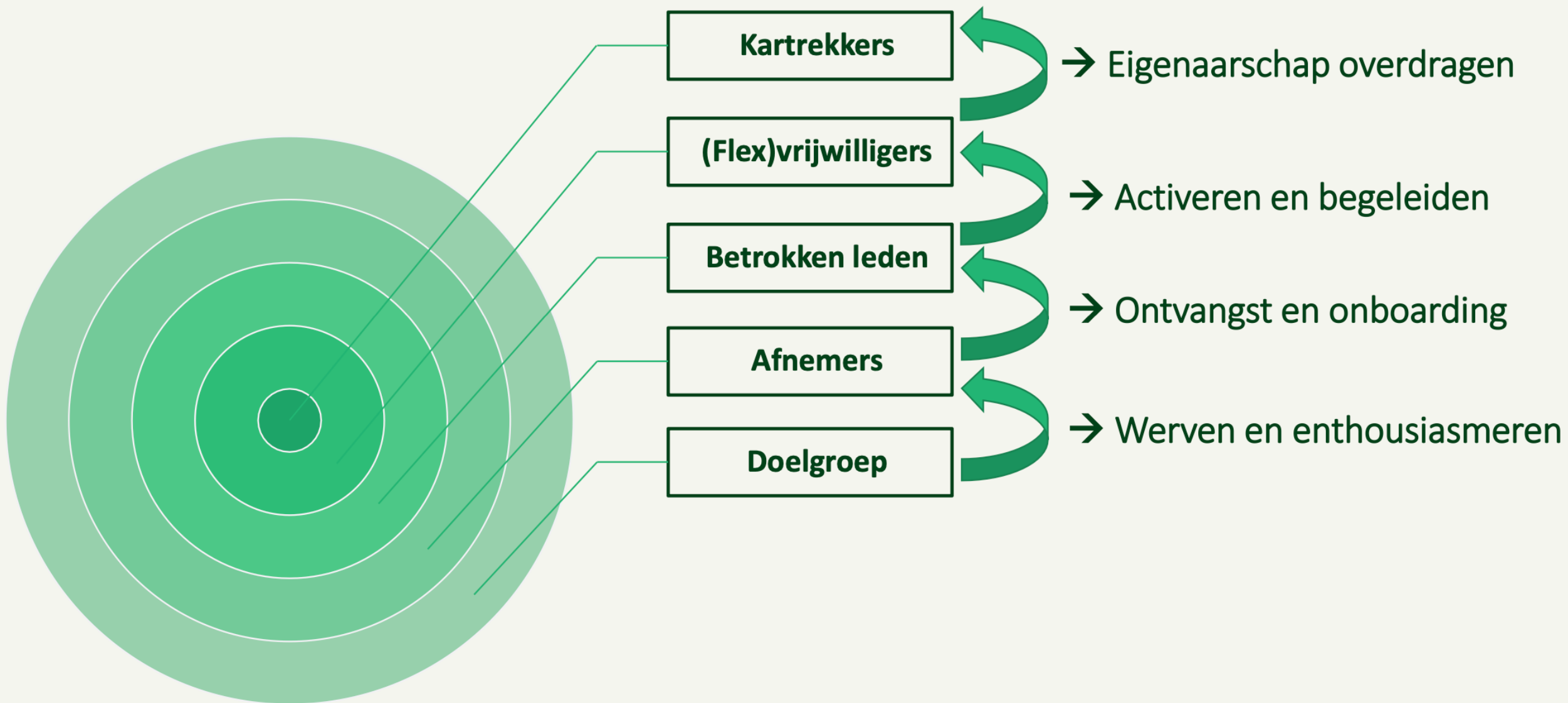


**Klassiek bestuur** waarbij het centraal geformuleerde beleid leidend is  
→ nadruk op zenden en aansturen

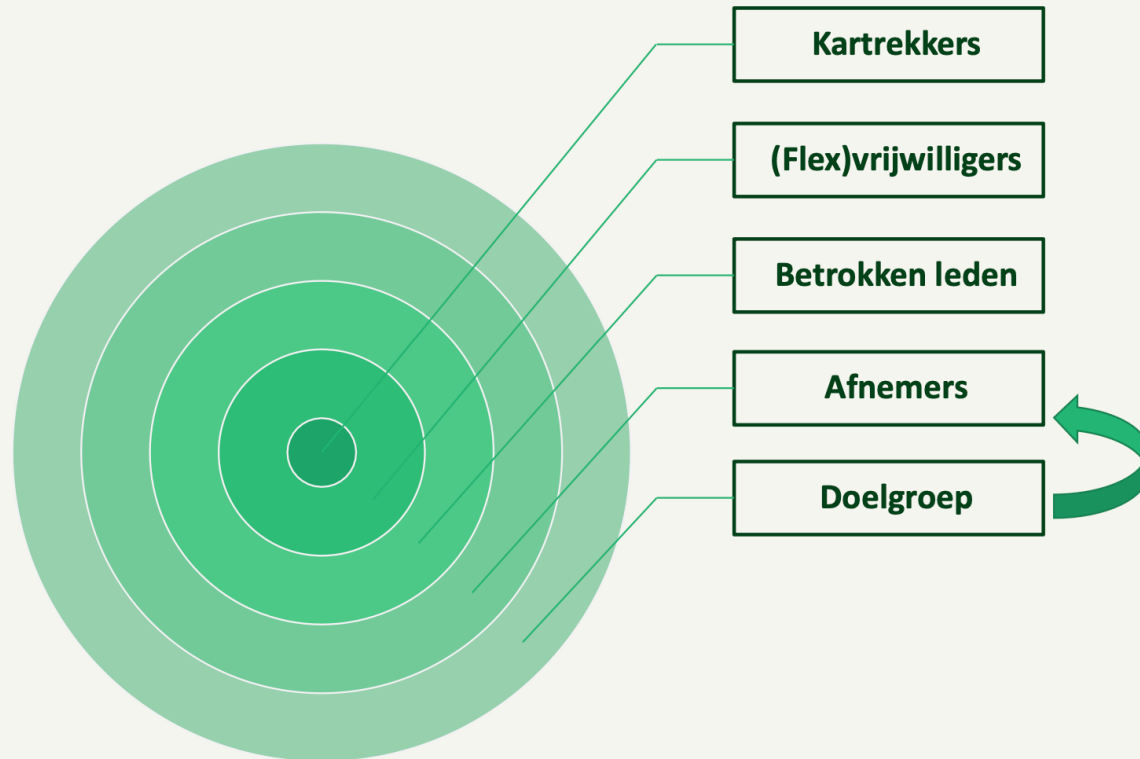


**Uitproberen (in tweetallen):**

**kies 1 stap en brainstorm met elkaar over wat je kunt doen om mensen die stap te laten zetten**



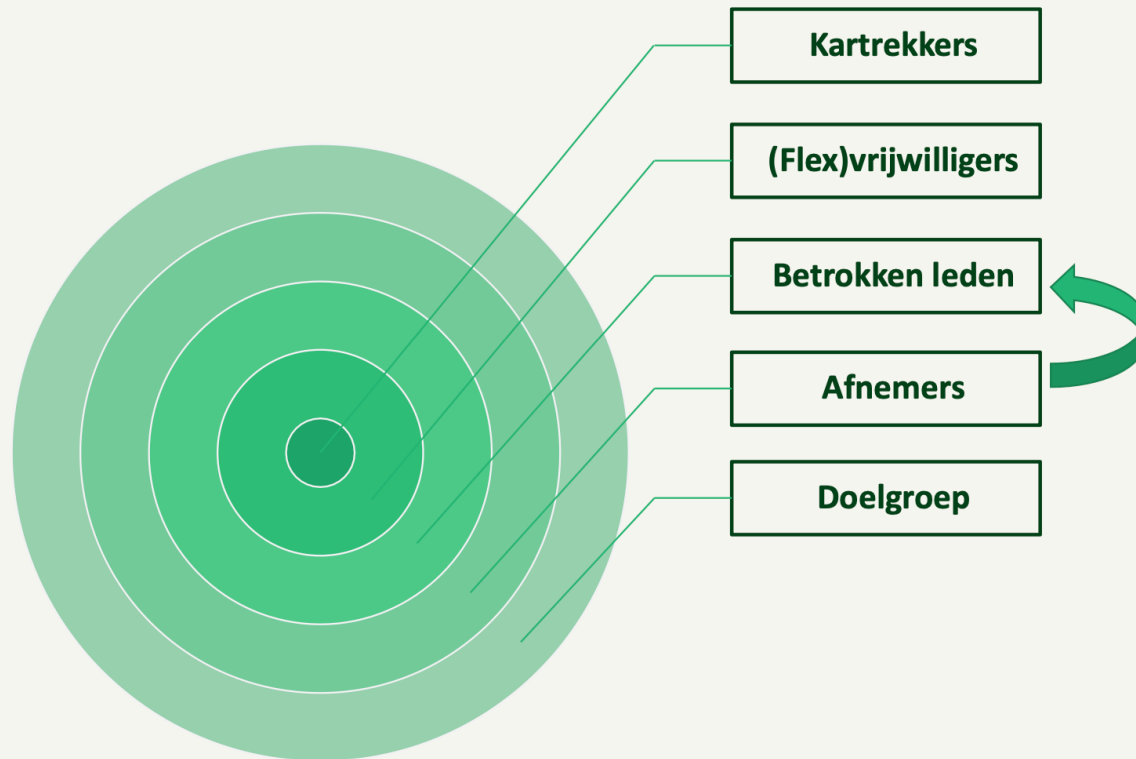
# 1. Werven en enthousiasmeren



- Hoe scherper de doelgroep hoe effectiever de werving (leeftijd, geslacht, ervaring, spelniveau, recreatief vs prestatief, etc)
- Verdiep je in de gewenste doelgroep: waar zijn ze naar op zoek? Ga persoonlijk met ze in gesprek!
- Hou de club een eerlijke spiegel voor: wat moeten we veranderen om aantrekkelijk te zijn/blijven voor onze doelgroep?
- Wees al vóór het lid worden transparant over wat de doelgroep op de club kan verwachten: wat heb je te bieden en welk commitment vraag je?

**Binding begint met een goede match van vraag en aanbod**

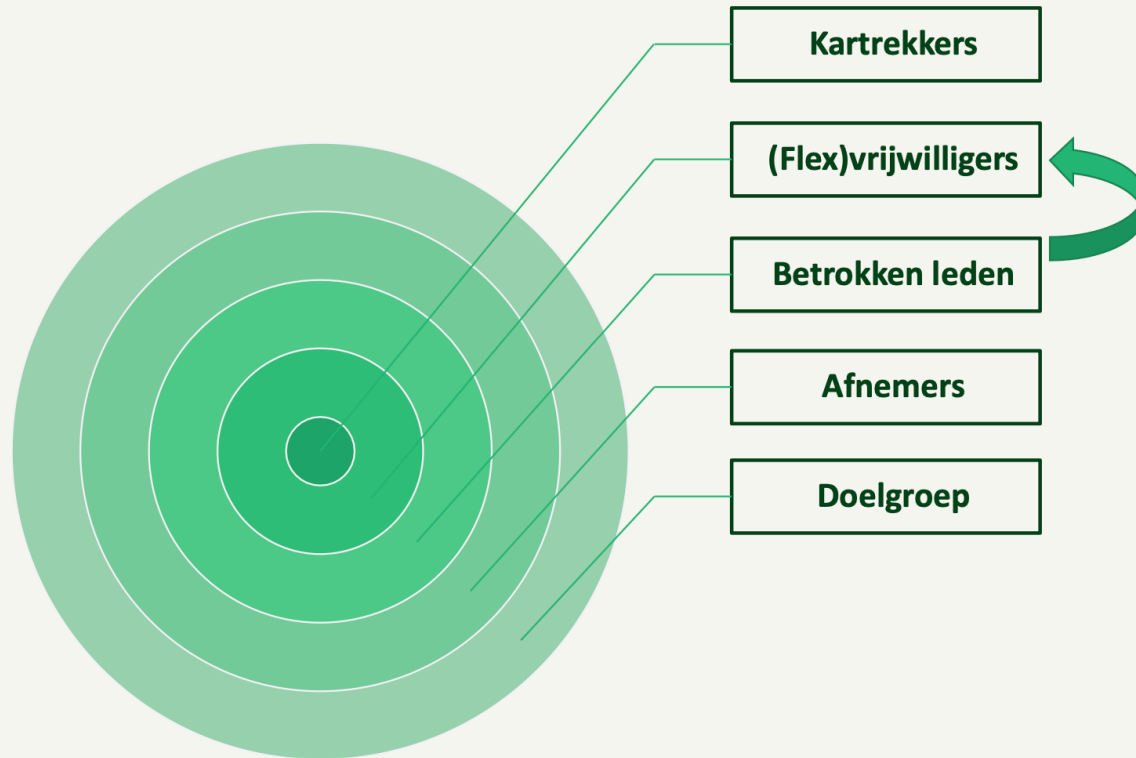
## 2. Ontvangst en onboarding



- Een snelle, persoonlijke reactie bij aanmelding
- Organiseer een leuk welkom. Komt daar niemand op af? Vraag ze wat ze wél leuk zouden vinden
- Draag je DNA over (rondleiding, filmpjes, quiz, etc)
- Maak persoonlijk kennis, weet wie er lid wordt
- Spreek uit welke inzet op de club er wordt verwacht, maar laat ze wel eerst even landen/wennen
- Breng nieuwe leden samen (opstarttrainingen, appgroep, activiteiten exclusief voor nieuwe leden)
- Persoonlijke buddy of nieuwe leden coördinator
- Voer een '100-dagen' gesprek: Hoe bevalt het? Welke drempels ervaar je? Voel je je al thuis?
- Zorg dat trainers extra investeren in nieuwe leden en dat ze monitoren of mensen zich al thuis voelen
- Investeer ook in ouders van nieuw jeugdleden, breng ze in contact met andere ouders

**Wie in het 1<sup>e</sup> jaar niet gezien en betrokken wordt, zegt z'n lidmaatschap op of blijft voor altijd afnemer**

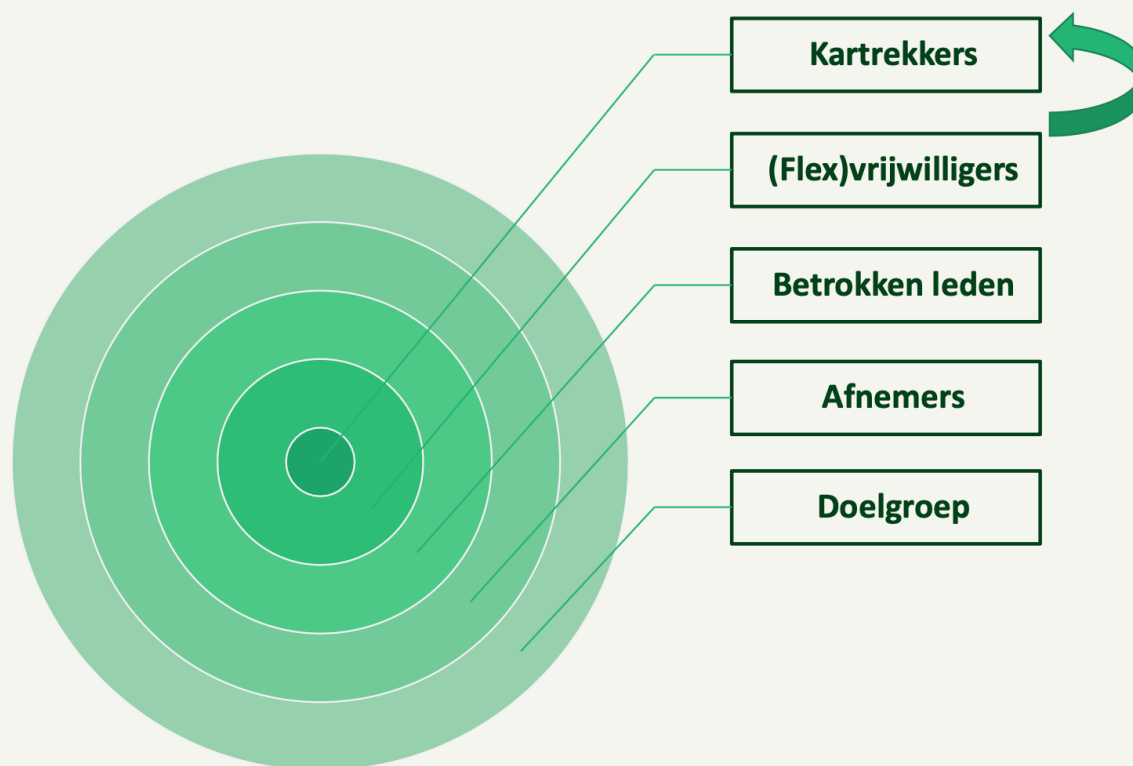
### 3. Activeren en begeleiden



- Ga persoonlijk in gesprek met betrokken leden die nog niet actief zijn als vrijwilligers
- Minder focus op klanttevredenheid en meer op ledenbetrokkenheid: het niet vóór maar mét leden organiseren
- 'Witte-rook-sessie': pas als alle taken zijn verdeeld kunnen we van start met het nieuwe seizoen
- Voorkom massa-oproepen die het imago van vrijwilligerswerk beschadigen: 'niemand wil blijkbaar helpen'
- Activeer vanuit de persoon (wat vind jij leuk om te doen?) i.p.v. vanuit de taak (dit moet er gebeuren)
- Begin met kleine, afgebakende, concrete taken
- Help iemand persoonlijk op weg helpen en informeer naar de 1<sup>e</sup> ervaringen (buddy's, duo's)
- Maak het gezellig!

**Van moeten naar willen: meedoen omdat het leuk is!**

## 4. Eigenaarschap overdragen



- Afbaken in taak / tijdsinvestering / periode
- Duo-functies maken: vaak is het makkelijker om 2 mensen te vinden dan 1
- Betrek vrijwilligers bij de clubkoers, vraag ze naar hun ideeën voor de club
- Geef vrijheid in uitvoering; het is leuker om je eigen ideeën uit te voeren
- Bedank vrijwilligers niet (alleen) met borrels en kadotjes maar vooral met inhoudelijke complimenten: waardering op inzet en resultaat, gezien worden
- Vermijd afschrikkende 'functie-titels' (team ipv commissie, aanvoerder ipv voorzitter, etc)
- Blijven doorselecteren: geef ruimte aan nieuwe mensen en ideeën
- De meest voorkomende valkuil in de harde kern: ik doe het zelf wel even

**Maak de grotere, vaste taken aantrekkelijker**


# 1b. Aan de slag met werven en enthousiasmeren

Actie: benaderen x leden uit de (doel)groep die je meer wilt binden aan jouw club (al dan niet lid)

Hoofdvraag: hoe sluiten we ons aanbod (nog) beter aan bij jouw vraag?

Doel: ontdekken waar winst zit in het aanbod van de club

- Wat zijn voor jou geschikte tijdstippen?
- Hoeveel tijd heb je beschikbaar? (commitment vs flexibiliteit)
- Wat is jouw spelbeleving? (recreatief/prestatief)
- Hoe belangrijk zijn aanvullende (sociale) activiteiten voor jou?
- Zoek je afwisseling in aanbod of juist niet?
- Wat is voor jou belangrijk qua informatievoorziening en digitale mogelijkheden?
- Welke (individuele) begeleiding en uitdaging vind jij belangrijk?
- Waar hecht je aan qua sfeer in de groep/teams?
- Welke faciliteiten zijn voor jou belangrijk?
- Welke horeca voorzieningen zijn voor jou belangrijk?
- Wat mag het kosten? Welke belemmering ervaar je qua betaalbaarheid?



In de pdf “Cirkels van betrokkenheid” van Gersom Smit vind je een vergelijkbaar plan van aanpak voor elke stap in het model.

# Samenvattend

Ken de behoeften van je leden

Weet wat je 'DNA' is

Betrek en bevraag je leden, bijvoorbeeld een ledenberaad

Ga delegeren (in plaats van uitvoeren)

en daarmee echt besturen

Investeer tijd in de relatie met de leden, maak het persoonlijk

Maak de vraag aan de leden klein (projectmatig)

Pak ledenbetrokkenheid planmatig en stapsgewijs aan (volgens de cirkels van betrokkenheid)





De Kunst van het Verenigen  
meer betrokken leden

Bedankt, en veel succes!