

## Checklist Lid worden en ... blijven

Het welslagen van een kennismaking bij een nieuwe sportvereniging, wordt voor een groot deel bepaald door de persoonlijke aandacht die er aan nieuwkomers wordt besteedt en de mate waarin deze nieuwe leden en hun wensen serieus worden genomen. Sta je op het punt om leden te gaan werven voor de vereniging, dan helpen deze vragen je op weg om nieuwe leden succesvol te werven en binden aan jouw vereniging.

### **Waarom word je lid van een vereniging?**

In de eerste plaats is er de behoefte om aan sport te doen; binnen of buiten, fysiek en/of geestelijk bezig zijn met de sport waar je van houdt. Op je eigen niveau, in een team of individueel, de gestelde doelen behalen.

De tweede belangrijke reden om lid te worden van een vereniging, is het sociale netwerk en alles wat een vereniging om het sporten heen biedt. Je wordt lid van een vereniging om gelijkgestemden te treffen die gezamenlijk een prettige omgeving bieden waarin je winst, verlies, je passie voor de sport, blijdschap en teleurstelling met elkaar deelt. Samen competitie spelen, vrijwilligerswerk verrichten of uitkomen namens je vereniging scheidt een band.

Zodra je eenmaal voor een sport en vereniging gekozen hebt is het sociale netwerk DE succesfactor van het integratieproces van nieuwe leden. Dit is direct het belangrijkste verschil tussen een sportschool en een vereniging. Daar waar een vereniging een beetje van jou wordt, ben je bij een sportschool een afnemer, een passant.

### **Wat voor soorten leden zijn er?**

Om in te spelen op de behoeften van nieuwe leden is het van belang om te beseffen dat er verschillende soorten leden te herkennen zijn: van consumerend lid tot zeer pro-actief lid die zich helemaal identificeert met de vereniging.

#### *Consumerend lid*

Een sterk opkomend fenomeen is het 'consumerend lid'. De naam zegt het al, bij deze leden hoeft een vereniging niet aan te komen met het verrichten van langdurig vrijwilligerswerk. Deze groep is gericht op gemak en comfort; men wil sporten, eventueel nog een drankje drinken, maar houdt zich verre van de organisatie van een vereniging. Het is goed dat een vereniging zich realiseert dat ieder lid begint als 'consumerend lid'. Pas als er een band is opgebouwd en een lid zich thuis voelt op de vereniging, zal de betrokkenheid toenemen en er mogelijk een beroep kunnen worden gedaan op het lid als vrijwilliger.

#### *Proactieve leden*

Daarnaast heb je de leden die juist sterk betrokken zijn bij een vereniging, leden die altijd klaar staan als er klussen geklaard moeten worden. Deze groep leden is vaak al lange tijd aangesloten bij de vereniging en ervaart de vereniging als hun eigendom. Ze zijn zelfs bereid om financieel bij te springen als de situatie daarom zou vragen.

#### *Actieve leden*

En dan zijn er de leden die zich tussen deze twee uitersten bevinden. Als deze groep op de juiste manier aangesproken wordt op hun capaciteiten en interesses zijn ze bereid een rol te spelen in de organisatie.

### **Hoe bind ik nieuwe leden?**

#### *Manage de verwachtingen*

Je hebt maar één kans om een eerste indruk te maken! De kracht een eerste kennismaking

zit in de persoonlijke aandacht die er aan nieuwkomers wordt besteed. Luister naar persoonlijke behoeften en verwachtingen van nieuwkomers. Voor nieuwkomers wordt er door sportverenigingen vaak een kennismakingsbijeenkomst of kennismakingstrainingen georganiseerd. Nieuwe leden krijgen tijdens een dergelijke bijeenkomst vaak meteen te horen wat er wel en niet mogelijk is op de club.

In plaats van het behandelen van deze 'do's en dont's' op de vereniging, is het sterk om de wensen en verwachtingen van de nieuwkomers centraal te stellen. Als een vereniging de wensen en verwachtingen inventariseert en hierop inspeelt, voelt de nieuwkomer zich gehoord en wordt een belangrijke basis gelegd voor binding.

#### *Specifiek sportaanbod voor nieuwkomers*

Een nieuwkomer wil zich welkom voelen, wil opgenomen worden in de cultuur en het gevoel krijgen ergens bij te horen. Het is daarom goed om extra aandacht te besteden aan nieuwkomers.

Dit kan bijvoorbeeld door specifiek aanbod voor nieuwe leden. Zo organiseren tennisverenigingen aan het begin van het seizoen vaak 'toss-avonden', ook wel 'rackettrekken' genoemd. Een toss-avond houdt in dat de rackets van de nieuwe leden worden verzameld, vervolgens wordt er twee aan twee rackets getrokken waarmee de eigenaren aan elkaar worden gekoppeld en de wedstrijd kan beginnen. Dit voorbeeld van aanbod voor nieuwkomers is ook toepasbaar bij andere sporten.

Een ander voorbeeld is het 'buddy-systeem'. Hierbij wordt een nieuwkomer gekoppeld aan een lid uit de vereniging en voor de periode van bijvoorbeeld een jaar, zorgt het lid ervoor dat de nieuwkomer op een leuke en soepele manier wordt geïntegreerd.

#### *Inzet van communicatiemiddelen*

Een nieuw verenigingslid van tegenwoordig is gericht op comfort en gemak. Internet is ook voor verenigingen het antwoord op deze behoefte. Door middel van digitale informatievoorziening kan het (nieuwe) lid vanuit huis al zijn zaken regelen. Wat is er nu prettiger dan een rondje golfen ([www.ikgagolfen.nl](http://www.ikgagolfen.nl)), een uurtje zeilen ([www.readytosail.nl](http://www.readytosail.nl)) of de inschrijving voor een hip volleybalevenement ([www.uvx.nl](http://www.uvx.nl)), te regelen vanachter de PC? De website wordt steeds vaker gebruikt als middel om leden te binden. Het traditionele clubblad verdwijnt en wordt vervangen door nieuwsbrieven. Het ontstaan van virtuele verenigingen of 'communities' is een ontwikkeling die niet tegen te gaan is.

Een ander voorbeeld is de nieuwsbrief. Een nieuwsbrief met een persoonlijke aanhef en korte, bondige teksten, blijkt een sterk middel in de binding met het lid. Persoonlijke trainingsschema's of evenementenlijsten, gericht op het toewerken naar een optimale prestatie of toernooi, is waar de huidige sporter op zit te wachten.

#### *Evaluatie na een jaar*

Na afloop van het eerste seizoen of jaar lidmaatschap kan de nieuwkomer via de nieuwsbrief worden gevraagd om enkele vragen te beantwoorden over de opgedane ervaringen. Dit levert de vereniging belangrijke informatie op als het gaat om het aanpassen van het aanbod op de verwachtingen van de leden. De vereniging stelt op deze wijze het lid met zijn of haar wensen en verwachtingen centraal.