

Een nieuwe visie op de toekomst van tennis en padel

# “DE SPELER STAAT ALTIJD CENTRAAL”

DOOR ROBERT BARREVELD



De maatschappij verandert. De wensen en behoeften van sporters zijn anders dan twintig jaar geleden. Steeds vaker willen mensen sporten op een manier, een tijd en een plaats die zij zelf kiezen. Het houdt in dat sportaanbieders, ook verenigingen, goed moeten nadenken over hun aanbod en hoe zij de sporter van deze tijd passend kunnen bedienen. Het is een transitie waar NOC\*NSF zich in samenwerking met enkele bonden ook al enige tijd mee bezighoudt. De KNLTB ziet in tennis en padel dezelfde verandering in behoeften van spelers. Beleid en aanbod van de bond zijn in de afgelopen zeven jaar stukje bij beetje aangepast om in te spelen op de wensen van sporters in het algemeen en klaar te zijn voor de toekomst. Dat betekent wat de KNLTB betreft dat verenigingen goed moeten nadenken over hun aanbod, maar ook dat de positie van commerciële aanbieders niet genegeerd kan worden. De ‘klant’, de speler, staat centraal. Dat is het uitgangspunt.

“IEDEREEN IS VRIJ OM ZIJN EIGEN WEG TE KIEZEN, MAAR WIJ ALS KNLTB ZIJN WEL HOEDER VAN HET SYSTEEM”

PASCAL KAMP (MANAGER MARKETING KNLTB)

Inspelen op specifieke behoeften van spelers en voornamelijk vraaggericht werken, betekent vooral dat het tennis- en padelaanbod flexibeler moet. “We komen er niet meer met alleen het ‘klassieke’ jaarlidmaatschap”, zegt Pascal Kamp, Manager Marketing bij de KNLTB. “Mensen willen steeds vaker zelf kunnen kiezen waar en wanneer ze de baan opgaan, zijn op zoek naar aangepaste, kortduurende lidmaatschapsvormen of willen regelmatig spelen zonder ergens lid te worden. Goed beschouwd zijn wij al sinds 2016 bezig om ons aanbod op basis van deze ontwikkelingen aan te passen. De Zomer Challenge is

daarvan natuurlijk een uitstekend voorbeeld. Het is een lidmaatschap van enkele maanden waarmee mensen lekker kunnen tennissen en/of padellen in de periode dat andere sporten stilliggen. Natuurlijk hopen we dat mensen de smaak te pakken krijgen en direct of op een ander moment lid willen worden, maar het is ook gewoon een product waar in deze tijd behoefte aan is.”

#### VAN MONOPOLIST NAAR VERBINDER

Een ander goed voorbeeld is het zoek- en boekplatform Meet & Play, waarmee mensen online een tennis- of padelbaan op een



“HET IS BELANGRIJK DAT OOK VERENIGINGEN GAAN NADENKEN OVER HOE ZIJ SPELERS NAAR WENS KUNNEN BEDIENEN EN IN HOEVERRE HUN AANBOD NOG PAST BIJ DIE WENSEN”

PASCAL KAMP (MANAGER MARKETING KNLTB)

dus ook een plek kunnen hebben in het systeem. De verenigingen zijn er eigenlijk als vanzelfsprekend onderdeel van, maar de commerciële aanbieders zijn net zo goed belangrijk. Kies je er echter voor om op deze manier als aanbieder een relatie aan te gaan met ons als bond, bijvoorbeeld omdat je gebruikmaakt van de KNLTB-competitie of Meet & Play, dan moet je wel aan enkele van onze kwaliteitseisen voldoen. Zo moet je goede banen en een veilige accommodatie hebben, leraren met een geldige licentie, dat soort zaken. Iedereen is vrij om zijn eigen weg te kiezen, maar wij als KNLTB zijn wel hoeder van het systeem.”

#### LID BIJ DE VERENIGINGEN ÉN BIJ DE BOND

Voor sportbaanbieders, begint beter inspelen op de wensen en behoeften van spelers bij een andere denkwijze. “De klant, de speler, staat centraal, altijd”, benadrukt Kamp nog maar eens. “Het is aan ons om al die mensen, maar ook alle partijen die aanbod hebben voor deze mensen, te faciliteren en te inspireren. Het is belangrijk dat ook verenigingen op zijn minst gaan nadenken over hoe zij spelers naar wens kunnen bedienen en in hoeverre hun aanbod nog past bij die wensen.”

Een goed voorbeeld van een tennis- en padelvereniging die daar al serieus naar kijkt, is de Teteringse TV. De vereniging is heel bewust bezig met de toekomst, heeft ook een visiedocument opgesteld om klaar te zijn voor alle uitdagingen en veranderingen die de toekomst gaat brengen.

En Teteringen is onderdeel van een KNLTB-pilot onder de noemer ‘Lidmaatschap Nieuwe

gewenste locatie zoeken, een baan of activiteit (bijvoorbeeld een clinic of open dag) boeken en direct kunnen betalen. Het kan verenigingen helpen om meer potentiële leden op hun park te krijgen en het kan zorgen voor een betere baanbezetting, met name in de zogenoemde daluren, maar het is toch ook bij uitstek een middel om spelers op maat te bedienen. Spelers die wel graag tennissen en/of padellen, maar minder behoefte hebben aan een lidmaatschap. Bovendien is het een KNLTB-product dat niet alleen verenigingen, maar ook andere aanbieders van tennis en padel veel kan brengen.

Zo ziet de KNLTB zijn rol in de toekomst ook voor zich. Waar de bond naar eigen zeggen twintig jaar geleden de monopolist in tennis dacht te zijn, wil het nu de verbinder zijn van alle belanghebbenden in tennis en padel, om één miljoen fans van de sporten en één miljoen spelers zo goed mogelijk te bedienen. Kamp: “De begeleiding van verenigingen, het opleiden van leraren, het begeleiden van talent, in het verleden begon het bij ons. Maar die positie van monopolist is achterhaald. Daarom zijn wij

onze rol en positie in het tennis- en padellandschap al enkele jaren stukje bij beetje aan het bijschaven. We zijn naast verenigingsleden ook andere spelers gaan bedienen, maar we zijn ook steeds vaker direct met tennissers en padellers gaan communiceren, we zijn tennisleraren intensiever gaan ondersteunen en natuurlijk is het ‘product’ padel onderdeel van ons aanbod geworden.”

#### ECOSYSTEEM

De directe relatie van de KNLTB met tennis- en padelliefhebbers moet uiteindelijk uitmonden in een tennis- en padellandschap waarin mensen niet alleen een eventueel lidmaatschap bij een vereniging afsluiten, maar ook altijd direct geregistreerd staan bij de bond. “Ze krijgen een KNLTB-ID en daarmee zijn ze onderdeel van ons ecosysteem, zoals wij dat noemen. Binnen dat systeem kunnen ze allemaal aanbod vinden dat past bij hun wensen, of het nu gaat om een lidmaatschap, het spelen van officiële wedstrijden, tickets voor evenementen of zomaar een keer spelen op een baan naar keuze. Alle aanbieders moeten



Leden'. Mensen die lid worden bij een vereniging, worden ook lid bij de KNLTB, zo is dat altijd al geweest. Leden realiseren zich dat niet altijd, maar bij de Teteringse wordt het bij het afsluiten van een lidmaatschap heel duidelijk gemaakt. Wie zich aanmeldt, wordt lid bij de Teteringse én bij de KNLTB, met alle voordelen die dat biedt. Met een KNLTB-lidmaatschap krijg je een KNLTB-Ledenpas en als je wedstrijden gaat spelen ook een speelsterkte. Verder krijg je onder andere toegang tot de ClubApp, waarmee je clubinfo en -nieuws ontvangt en je banen kunt reserveren op jouw

## “DE POSITIE VAN DE KNLTB ALS MONOPOLIST IS ACHTERHAALD”

PASCAL KAMP (MANAGER MARKETING KNLTB)

club, en kun je deelnemen aan officiële toernooien en competities. Ook krijg je informatie van de KNLTB over padel en/of tennis, tips om je spel te verbeteren en met nog meer plezier te spelen en krijg je aanbiedingen van KNLTB-partners. Het is de meerwaarde van een lidmaatschap bij de bond. Op termijn kunnen spelers ook nog zelf een keuze maken tussen verschillende lidmaatschapsvormen, zoals bijvoorbeeld een basis- of een competitielidmaatschap. En met het nieuwe lidmaatschapsmodel zal ook het afdrachtmodel van vereniging én lid naar de KNLTB veranderen, waarbij meer flexibiliteit en differentiatie het uitgangspunt is. De afdracht moet beter aansluiten op het type lidmaatschap en op de clublidmaatschappen. Zo wordt spelers meer keus geboden en wordt duidelijker wat je waarvoor betaalt.

### ‘WIE STILSTAAT, WORDT MINDER RELEVANT’

Klik je op de website van de Teteringse TV op de knop 'lid worden' dan wordt ook heel helder

uitgelegd dat er onderscheid is tussen het lidmaatschap van de vereniging en van de KNLTB en wat dat inhoudt. Ook omarmt de Teteringse nadrukkelijk Meet & Play. Voor het aanbieden van kennismakingsaanbod als Startersclinics, maar natuurlijk ook voor de verhuur van banen. Dat brengt steeds meer nieuwe mensen op het park. Dat is wennen, maar wat de vereniging betreft een logische en goede ontwikkeling. “In ons visiedocument hebben we in algemene zin iedereen opgeroepen tot meer activiteit. Het ‘mengen’ met niet-leden hoort daar ook bij”, aldus voorzitter Kitty Iding. Natuurlijk brengen deze en andere veranderingen uitdagingen met zich mee, maar dat hoort er nu eenmaal bij, vindt de Teteringse. Want: wie stilstaat, wordt minder relevant. Die angst leeft nu niet bij de Brabanders. Iding: “Daarom hebben we ook niet zoveel schrik voor de commerciële centra. Er zijn genoeg leden die ‘s winters, als blijkt dat je bij ons de baan niet op kan, elders een indoorbaan huren. Zolang je als vereniging zorgt dat je relevant bent, dat je iets extra’s

“WIJ HEBBEN IEDEREEN  
OPGEROEPEN TOT  
MEER ACTIVITEIT. HET  
‘MENGEN’ MET NIET-  
LEDEN HOORT DAAR OOK  
BIJ”

KITTY IDING (VOORZITTER TETERINGSE TV)



biedt, lopen je leden echt niet weg. Het is veel beter om te gaan samenwerken waar dat kan.”

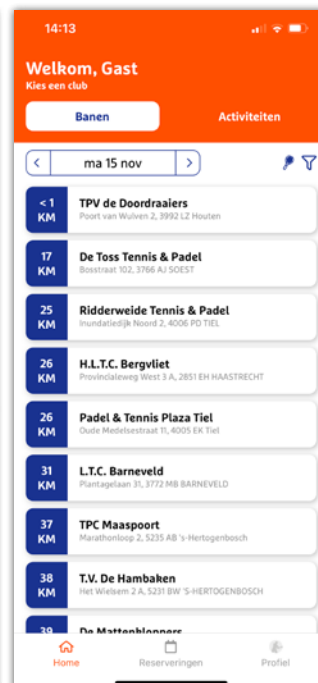
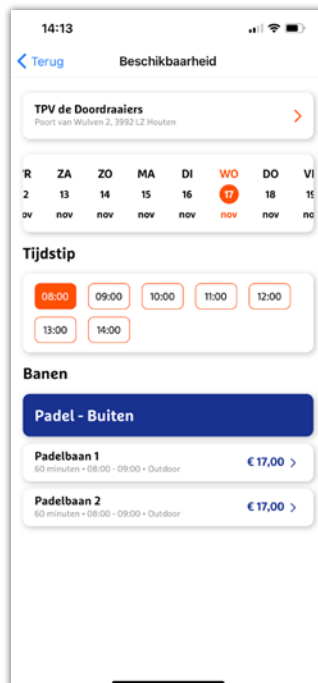
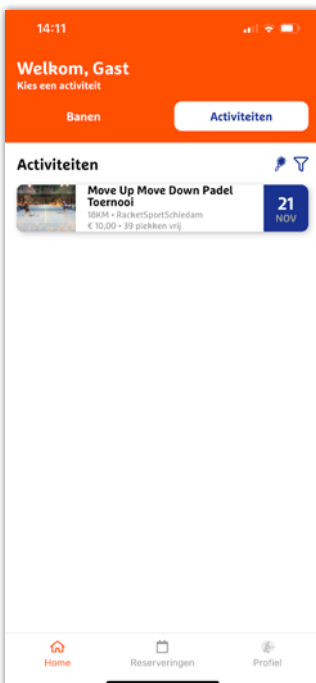
### WIN-WIN, IN HET BELANG VAN SPELERS

Die overtuiging leeft ook bij de bond, dat verenigingen en commerciële centra goed naast elkaar kunnen bestaan en elkaar kunnen helpen. “We zien het nu gebeuren met een padelcentrum in Limburg”, zegt Kamp. “Met betrokkenheid van onze Accountmanager hebben we overleg tussen het centrum en nabijgelegen verenigingen op gang gebracht. Het centrum praat ook mee in de Kring, waarin verenigingen in een regio samenwerken. De bewuste verenigingen hebben zelf geen padelbanen en gaan daar

ook niet aan beginnen, maar door deze samenwerking kunnen ze leden wellicht toch iets bieden op dat gebied. ‘Onze’ leden kunnen daar dan bijvoorbeeld, met bepaalde verenigingsvoordelen, een padelbaan huren. Ze vinden de padelbanen ook bij het aanbod in hun ClubApp.”

Zo kunnen aanbieders in het eerdergenoemde ecosysteem elkaar versterken. Als partijen op deze manier samenwerken en de markt zijn werk doet, dringt wel de vraag zich op of het ecosysteem een bewaker nodig heeft. “Als bond moeten wij die rol wel pakken om de kwaliteit van het aanbod en de balans in de markt te bewaken tussen commerciële aanbieders en verenigingen. En daarmee ook de

betaalbaarheid van de sport te borgen”, stelt Kamp. “In Spanje is padel heel groot, maar het draait er bijna volledig om commerciële centra zonder een overkoepelende organisatie en dat brengt ook problemen met zich mee. Het is moeilijk om mensen te binden. In onze structuur van bond en verenigingen is het element van binding met de sport sterk verankerd en dat is belangrijk. Voor ons is er de komende jaren zeker werk aan de winkel, bijvoorbeeld om samen met verenigingen te werken aan passend aanbod en differentiatie van lidmaatschappen, om mensen steeds beter te bedienen. We zijn echter op de goede weg. Zo’n voorbeeld als samenwerking tussen verenigingen en een padelcentrum, waardoor er voor leden padelaanbod is, het centrum meer klanten trekt en wij een en ander goed op elkaar aan laten sluiten, in dit geval via Meet & Play, zo moet het werken. Het is een ultieme win-win, in het belang van de spelers!”



“ZOLANG JE ALS  
VERENIGING ZORGT DAT  
JE RELEVANT BENT, DAT  
JE IETS EXTRA'S BIEDT,  
LOPEN JE LEDEN ECHT  
NIET WEG”

KITTY IDING (VOORZITTER TETERINGSE TV)