



Thema
Binden

Meer Nederlanders sporten, maar steeds minder mensen zijn lid van een sportvereniging. Deze trend is al sinds het begin van de jaren negentig zichtbaar. Mensen kiezen steeds vaker voor het individuele en/of ongeorganiseerde sportaanbod. De sportverenigingen zijn aan zet om weer dé plek te worden om te gaan en te blijven sporten.

Uit onderzoek bleek dat 50% van de startende tennissers na ongeveer drie jaar het lidmaatschap van de vereniging opzegde. De belangrijkste reden hiervoor was dat men geen aansluiting vond binnen de tennisclub. De KNLTB definieerde vijf motieven voor het werven én behouden van de startende tennisser: spelen, leren, ontmoeten, binden en fit voelen. Het Mulier Instituut, een sociaal wetenschappelijk onderzoeksbureau onderbouwde deze motieven. Samen met andere, interne en externe bronnen is dit de achtergrondinformatie over binden. Waarom stoppen de starters? Wat is er niet goed gegaan?

Waarom tennissen mensen

Er komt een aantal duidelijke redenen naar voren waarom mensen tennissen. Maar liefst zes op de tien leden geven aan dat zij de tennissport beoefenen voor de nodige lichaamsbeweging en om gezond te blijven (figuur 1). Daarnaast binden mensen zich aan de tennissport omdat het gezellig is en om (meer) sociale contacten op te doen. Dit geldt voor 54% van de leden. Hieraan ge-relateerd geeft ongeveer vier op de tien leden aan dat zij tennissen vanwege het plezier en omdat het een leuke activiteit is. Andere populaire motieven zijn het spelen van competitie en toernooien (29%) en lekker buiten zijn (27%).

Concurrentie

De maatschappij zit vol met keuze-mogelijkheden. Op de vrijetijdsmarkt is er naast sportaanbod ook keuze uit creatieve, culturele en zingevings-activiteiten. Veel van dat aanbod profileert zich nadrukkelijk via aller-hande communicatiekanalen. Het is moeilijk maar wél noodzakelijk om als vereniging zichtbaar te blijven op deze markt.

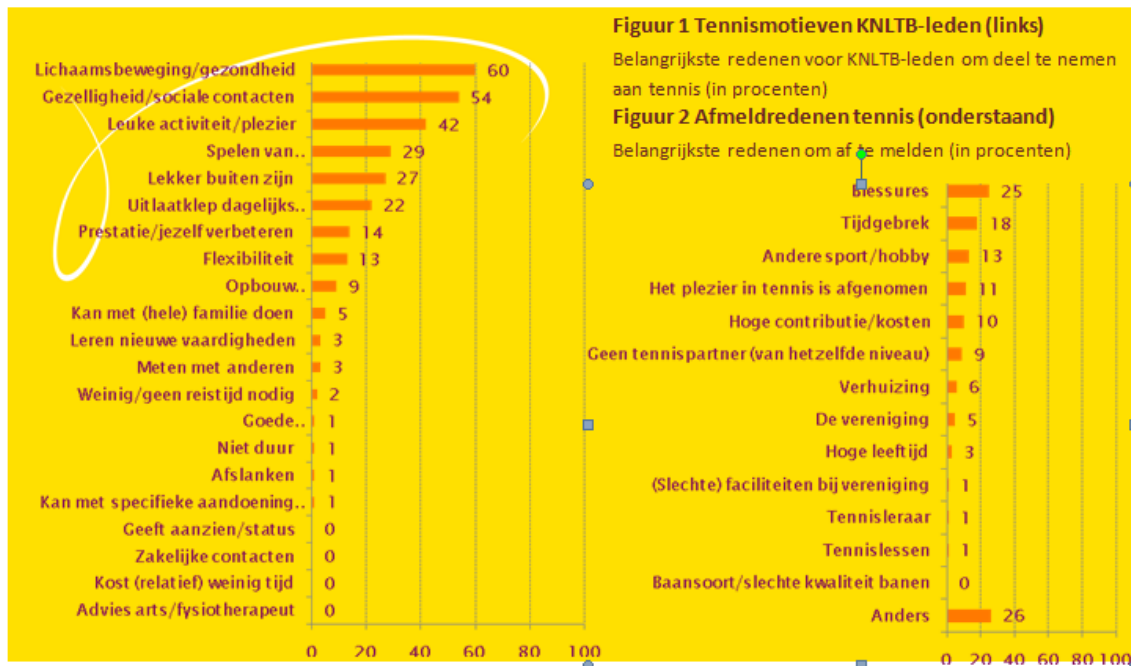
Toenemende kwaliteit

Consumenten worden steeds kritischer en bewuster en eisen waar voor hun geld. De serviceverlening is belangrijk voor de consument van nu. Bovendien zoekt de consument naar een positieve bevestiging van hun keuze. Daarom groeit ook in de sport de belangstelling voor certificering. 'Mijn trainer is KNLTB-gecertificeerd of de fitnessstoestellen hebben een keurmerk' zijn belangrijke aspecten geworden.

Waarom stoppen met tennis?

Niet meer dan 16% van de sporters is de afgelopen vijf jaar van sport gewisseld. En 39% van de sporters beoefent nog steeds de sport waarmee men ooit begonnen is. Dat ruim 55% van de tennissers de tennissport binnen drie jaar weer verlaat, suggereert dat ze het tennissen nog geen echte plaats hebben gegeven in hun sporthart; de starters zijn niet geïntegreerd binnen hun vereniging. Dit is een belangrijk aspect in het kader van ledenbehoud.

Een kwart van de mensen die hun lidmaatschap hebben opgezegd, geeft als reden dat zij, al dan niet door tennis, kampten met blessures. Ook worden tijdgebrek (18%), voorkeur voor andere sport/hobby (13%), afname plezier in tennis (11%) en de contributiehoogte en kosten van de tennissport (10%) genoemd.



Ergernissen

De drie belangrijkste ergernissen van sporters over sportverenigingen zijn: het niveau van de contributie, de gerichtheid op wedstrijden en de ongeschreven regels van het verenigingsleven (zoals de tijd die het kost, vastzitten aan tijden en dagen).

Wensen

Het meeste belang wordt door de sporters gehecht aan de netheid van douches en kleedruimten, de bereikbaarheid per fiets, de aandacht voor gezondheid en de vriendelijkheid van de trainer/het personeel. Daarbij wil de consument unieke belevenissen; iets bijzonders meemaken. Het aangenaam verrast worden zorgt voor extra binding.

Hogere prijs voor kwaliteit

Aspecten waarvoor verenigingssporters bereid zijn bij stijgende kwaliteit iets meer te betalen zijn: de deskundigheid van de trainer, aandacht voor gezondheid, netheid van douches en kleed-ruimtes en (sociale) veiligheid bij de club.

Inspelen op 'binden'

Het is belangrijk starters de eerste drie jaren actief te betrekken bij de club. De starters vinden niet zelf de weg binnen de club. Laat gastvrouwen en -heren in contact blijven met de starter, organiseer een starterstoss en maak een poule voor hen bij de clubkampioenschappen. En hoe verrast reageren leden als er een keer iets aparts wordt georganiseerd als een veilig of een boekenruilbeurs? Maar de verrassing kan ook in kleine dingen zitten als de spreuk van de week op het toilet. Bekijk de suggesties op de site.

Bronnen: Ledenmonitor KNLTB, Mulier Instituut Utrecht, Nationaal Sport Onderzoek. Uitgave: KNLTB, november 2013

