



Handleiding Clubfit

Een KNLTB kennismakingsprogramma voor tennisverenigingen die 45+ leden willen werven en behouden.



Inhoudsopgave

Inleiding	3
1. Wat is Clubfit?	5
1.1 Inhoud	5
1.2 Zes stappen	5
1.3 De kracht van Clubfit.....	6
1.4 Werving en behoud.....	6
1.5 Tips	7
2. Waarom Clubfit?.....	8
2.1 Doelgroep	8
2.2 De kracht van lokale samenwerking	9
2.3 Communicatie	9
2.4 Compleet aanbod.....	10
2.5 Eenvoudig op te nemen in deelbeleidsplan	10
3. Stappenplan voor clubfit	10
Stap 1: Samenwerking opzetten tussen gemeente, tennisvereniging en KNLTB	11
Stap 2: Inbedden van innovatief sportaanbod binnen de vereniging	11
Stap 3: Promoten van het programma Clubfit	12
Stap 4: Introductieperiode bij de vereniging	13
Stap 5: Vervolgaanbod bij de vereniging borgen.....	14
Stap 6: Evaluatie van inspanningen en rendement	15
4. Contact	16

Inleiding

Clubfit is een programma waarmee verenigingen spelers tussen 45 en 65 jaar kunnen werven en behouden.

Het doel van Clubfit is dat meer 45+-ers (weer) gaan tennissen en dat zij dit in verenigingsverband blijven doen na afloop van de interventie.

Via 9 subdoelen ervaren de 45+-ers die deelnemen aan Clubfit dat tennis een geschikte sport voor ze is doordat ze:

1. 45+-ers kunnen na de introductieperiode van 4 weken een rally van 10 slagen spelen door gebruik van de juiste materialen (zachtere ballen, kleinere rackets en kleinere banen).
2. 45+-ers kennen na het clubfit programma de basisspelregels voor het spelen van een tenniswedstrijd.
3. 45+-ers hebben plezier en besluiten na het clubfit programma lid te worden van de vereniging.
4. 45+-ers voelen zich fitter door deelname aan het clubfit programma.
5. 45+-ers ervaren dat ze met tennis weinig blessures oplopen.
6. 45+-ers leren door tennis nieuwe mensen en spelmaatjes kennen.
7. 45+-ers spelen tennis in verschillende (makkelijke) vormen bij de vereniging (lessen, vrij spelen en wedstrijden).
8. 45+-ers voelen binding met de 'Clubfit' groep en in een later stadium met de tennisvereniging en de tennisfamilie.
9. 45+-ers geven tennis een vaste plek in hun weekbesteding via vaste tennismomenten van tennises en vrij spelen.

De leeftijdsgrens van 45+ is geen harde eis maar een richtlijn aangezien uit de praktijk blijkt dat de meeste deelnemers aan Clubfit in deze leeftijdscategorie vallen. Jongere en oudere deelnemers (tot ca. 5 jaar jonger/ouder) die zich ook thuis voelen binnen de aanpak van Clubfit kunnen ook prima deelnemen.

Deze handleiding is bedoeld om verenigingen te helpen bij het opzetten van Clubfit. Dit document is slechts een leidraad, een kapstok. Uiteraard kunt u het programma verder naar eigen wens invullen of aanpassen. De handleiding bestaat uit twee delen:

- een informatief deel: wat is Clubfit en waarom Clubfit? Handige informatie om mensen binnen de vereniging te informeren en mee te krijgen of om mee te nemen als u bij de gemeente op gesprek gaat.
- een praktisch deel: stappenplan voor Clubfit. Praktische informatie voor de vrijwilligers die daadwerkelijk aan de slag gaan met Clubfit.

Na een succesvolle start van het programma Clubfit, een samenwerking tussen de KNLTB, Sportbedrijf Dordrecht en tennisvereniging DLTC Dash '35 is het programma doorontwikkeld en

uitgerold bij andere verenigingen en gemeenten in Nederland.

Indien er vragen zijn over Clubfit dan kunt u terecht bij de afdeling Verenigingsondersteuning van de KNLTB (e-mail verenigingsondersteuning@knltb.nl en telefoon: 088 130 26 00).

We wensen de vrijwilligers van uw tennisvereniging heel veel plezier en succes met de organisatie van Clubfit bij uw tennisvereniging.

Oktober 2014

KNLTB
afdeling Productontwikkeling



1. Wat is Clubfit?

Clubfit is een sportstimuleringsprogramma waarmee verenigingen spelers tussen 45 en 65 jaar kunnen werven en vervolgens behouden.

De leeftijdsgrens van 45+ is geen harde eis maar een richtlijn aangezien uit de praktijk blijkt dat de meeste deelnemers aan Clubfit in deze leeftijdscategorie vallen. Jongere en oudere deelnemers (tot ca. 5 jaar jonger/ouder) die zich ook thuis voelen binnen de aanpak van Clubfit kunnen ook prima deelnemen.

1.1 Inhoud

Deelnemers aan Clubfit krijgen een kennismakingspakket aangeboden voor ongeveer €20,-. Dit pakket bestaat uit vier tennislessen (één per week) en een afsluitende activiteit inclusief een hapje en een drankje. Naast de lessen kunnen de deelnemers één keer per week vrij spelen. De kosten voor deelname aan dit kennismakingstraject zijn laag. Deelnemers hoeven voor Clubfit geen materiaal aan te schaffen. De lage kosten en het kunnen lenen van materialen maakt deelname laagdrempelig.

Na de kennismakingsperiode kunnen deelnemers zich aanmelden voor het vervolgaanbod. Dat bestaat uit tennislessen op dezelfde dag/tijd en bij dezelfde trainer en een lidmaatschap bij de vereniging. De eerste paar maanden (te bepalen door de vereniging) is de deelnemer gratis lid van de tennisvereniging.

Uit ervaring blijkt dat vooral 'herintreders' (mensen die ooit getennist hebben) op het programma Clubfit afkomen. Uiteraard behoren ook mensen zonder tenniservaring tot de doelgroep.

Herintreders gaven de volgende redenen waarom zij in het verleden gestopt zijn met tennis:

- blessures
- geen aansluiting gevonden bij de vereniging
- geen tijd door studie, werk, opgroeiende kinderen

Clubfit zorgt ervoor dat nieuwe leden aansluiting vinden bij een groep. Men start namelijk niet alleen. Om blessures te voorkomen kan de trainer het gebruik van de zachtere ballen (rood, oranje en groen) bij startende tennissers of tennissers met een blessureverleden promoten. Het tijdsprobleem wordt deels opgelost door de vaste tennisavonden van de training en het vrijspelen. De vaste tennisavond zorgt ervoor dat tennis een vaste plek in de weekagenda krijgt.

1.2 Zes stappen

De vereniging doorloopt bij het aanbieden van Clubfit de volgende zes stappen:

1. Samenwerking opzetten tussen gemeente, tennisvereniging en KNLTB
2. Inbedden van het sportaanbod binnen de vereniging
3. Promoten van het programma Clubfit
4. Introductieperiode bij de vereniging
5. Vervolgaanbod bij de vereniging borgen
6. Evaluatie van inspanningen en rendement

1.3 De kracht van Clubfit

Clubfit bevat een aantal elementen die het programma sterk maken:

- de samenwerking van de tennisvereniging (uitvoering), de gemeente (ondersteuning bij bijvoorbeeld de promotie en wellicht ook financieel) en de KNLTB (ondersteuning met de handleiding en promotiemateriaal en begeleiding bij de organisatie)
- de optie om samen te werken met lokale partijen zoals een ouderenbond, woningcorporatie, GGD, bedrijfsleven, horeca, fysiotherapeut, etc.
- het gericht werven en samenbrengen van een doelgroep met eenzelfde profiel
- het inspelen op de motivatiefactoren van de doelgroep, bijvoorbeeld fit voelen (gezondheid), leren, ontmoeten (sociaal), binden en spelen
- de introductieperiode (werving en kennismaking) gevolgd door een vervolgaanbod
- laagdrempeligheid (€20,- p.p. voor vier lessen en een afsluitende activiteit)

1.4 Werving en behoud

Geen aansluiting kunnen vinden bij een vereniging is voor veel startende spelers een belangrijke reden om binnen twee jaar hun lidmaatschap op te zeggen. Het is dus zaak om naast werving van nieuwe leden (herintreders of startende tennissers) tegelijkertijd aandacht te besteden aan het behoud van deze leden. Clubfit gaat vooral over de werving van nieuwe leden en hun kennismaking met de tennissport. Doordat er sprake is van een traject bestaande uit meerdere contactmomenten, tegenover een enkele kennismakingsdag, worden potentiële nieuwe leden meer betrokken bij de vereniging en is de kans op binding en het behoud van deze leden groter.

Nadat deze mensen lid zijn geworden moet de vereniging aandacht blijven houden voor de nieuwe leden, zodat ze met plezier blijven tennissen. Op www.centrecourt.nl/ledenwerving-en-ledenbehoud/ledenbehoud staan praktische ideeën en suggesties om nieuwe leden te behouden.

Kijk voor alle KNLTB ondersteuning bij ledenwerving en -behoud op www.centrecourt.nl/ledenwerving-en-ledenbehoud

De KNLTB gaat ervan uit dat er vijf verschillende motivaties zijn die van invloed zijn bij de keuze van een tennisser om lid te worden van een tennisvereniging of lid te blijven:

- fit voelen: fitter voelen, gezonder worden, afvallen
- leren: het spel willen leren spelen, nieuwe sport willen leren, technieken leren
- ontmoeten: andere mensen leren kennen (sociaal), niet alleen sporten (sportmaatje vinden)
- binden: ergens bij willen horen (bij een groep, een vereniging)
- spelen: wedstrijden willen spelen

Het is als vereniging belangrijk bewust te zijn van verschillende motivaties die (nieuwe) leden kunnen hebben.

	Fit voelen
	Leren
	Ontmoeten
	Binden
	Spelen

De wervingsfase en behoudfase lopen in elkaar over. Behoud van leden begint eigenlijk al bij de allereerste kennismaking met de vereniging. Hoe wordt het nieuwe verenigingslid welkom geheten? Welke informatie vindt hij op de website van de vereniging? Voelt het nieuwe lid zich vanaf het eerste moment welkom? Wat is het aanbod voor de nieuwe leden? Het is goed om hier als vereniging over na te denken.

1.5 Tips

- Zorg ervoor dat er een gecenceerde tennistrainer voor de groep staat. Dit is een trainer die in het bezit is van een geldige KNLTB-licentie (om de twee jaar verlengen). De licentie (creditcard formaat) is het bewijs dat de trainer de tennisopleiding heeft gevolgd en daarna zijn licentie heeft aangevraagd of verlengd.
- Zorg ervoor dat nieuwe leden gekoppeld worden aan bestaande leden. Op die manier worden de nieuwe leden ook na het vervolgaanbod de vereniging ingetrokken.
- Stimuleer deelname aan bijvoorbeeld de tossavond.
- Laat nieuwe leden ook eens niet-leden uitnodigen. Misschien zijn deze niet-leden wel de deelnemers van de volgende versie van Clubfit...
- Zorg ervoor dat deelnemers steeds dezelfde vrijwilligers zien. Dat zorgt voor herkenbaarheid. De drempel om vragen te stellen wordt lager als deelnemers het gevoel hebben iemand van de club te kennen
- Werk eventueel samen met andere verenigingen. Zie elkaar daarin niet als concurrent, maar als goede collega.

2. Waarom Clubfit?

Tennis is een uitermate geschikte sport voor 45plussers. In 2012 telde de KNLTB ongeveer 160.000 mannelijke en ongeveer 130.000 vrouwelijk 45+-leden. Landelijk groeit het aantal ouderen dat sport. Maar verhoudingsgewijs blijft de toename bij tennis iets achter ten opzichte van andere sporten. Een goede reden om met Clubfit aan de slag te gaan.

De sterke punten van Clubfit zijn: rekening houden met de (interessante) doelgroep, de kracht van lokale samenwerking, de kernwaarden die goed te communiceren zijn, het complete aanbod en het feit dat de vereniging er zo mee aan de slag kan en het op kan nemen in het verenigingsbeleidsplan.

2.1 Doelgroep

Veel verenigingen richten zich bij werving van nieuwe leden vooral op jeugd of jonge senioren. Leden werven binnen de doelgroep 45 tot 65 jaar heeft echter een aantal voordelen ten opzichte van ledenwerving binnen de jeugd. De 45 tot 65-jarigen:

- hebben meer te besteden
- kosten de vereniging minder
- zijn eenvoudiger te werven
- vormen een grote doelgroep (vergrijzing)
- hebben relatief veel tijd
- kunnen ingezet worden voor vrijwilligerswerk
- zijn steeds langer fit en sportief
- hebben een sterke behoefte om fit en gezond te blijven

De doelgroep van Clubfit is de beginnende tennisser (0-2 jaar ervaring) en de herintreder (ooit getennist). De leeftijd van de meeste deelnemers ligt tussen de 45 en 65 jaar. Deze leeftijd is geen harde grens. Jongere of oudere deelnemers (circa 5 jaar jonger/ouder) die zich thuis voelen bij de aanpak kunnen ook prima deelnemen. Het is raadzaam om vooraf over het profiel van de doelgroep na te denken. Op die manier kan een homogene groep ontstaan en de onderlinge verbondenheid sterker. Bij het bepalen van het profiel kan de verenigingen denken aan:

- recreatief of wedstrijdgericht
- motivatie (fit voelen, leren, ontmoeten, binden of spelen)
- geslacht
- opleidingsniveau
- inkomensniveau
- wijk waar men woonachtig is
- levensfase (geen kinderen, kinderen of ook al kleinkinderen, werk of pensioen)

Intermediaire doelgroepen

De doelgroep kan tevens bereikt worden via de volgende intermediaire doelgroepen die een doorverwijsfunctie en stimuleringsfunctie op het gebied van bewegen hebben:

- huisartsen, fysiotherapeuten, de GGD en welzijnsinstellingen
- gemeenten en gemeentelijke sportbedrijven

2.2 De kracht van lokale samenwerking

Waarom zou een tennisvereniging alles alleen moeten bedenken en doen terwijl er meer partijen zijn die mensen in beweging willen krijgen, kennis van zaken hebben en bovendien ook nog eens willen samenwerken? Door lokale samenwerking kan de vereniging alle sterke punten en ingangen van de samenwerkingspartners benutten en zo een breed gedragen sportaanbod neerzetten.

2.3 Communicatie

Clubfit bevat verschillende kernwaarden die goed te communiceren zijn:

- easy, fun en healthy
- recreatief
- sportief
- verenigingsleven
- gezellig
- samen (her)starten (dus niet alleen je weg moeten vinden)
- tennis is een populaire sport
- nostalgie (heimwee naar vroeger)
- tennis is een lifetime sport

Veel potentiële deelnemers zullen zich aangesproken voelen door een of meer van deze kernwaarden. Uiteraard moet de vereniging ook feitelijke informatie communiceren:

- inhoud van het aanbod
- data, locatie, tijdstip
- prijs
- aanmeldprocedure, website vereniging, contactgegevens
- deadline voor aanmelding

Clubfit kan op verschillende manieren onder de aandacht worden gebracht van de potentiële deelnemers:

- via free publicity: een artikel in de lokale krant (n.a.v. een persbericht), een interview op de lokale radio, etc.
- geprinte en digitale media (lokaal): gebruik bijvoorbeeld ook de gratis downloadbare posters en flyers op www.centrecourt.nl/clubfit (zelf printen of laten printen bij een copyshop)
- sociale media, website vereniging, website van een samenwerkingspartner, direct mail (evt. m.b.v. samenwerkingspartners)
- via de bestaande leden (ambassadeurs van de vereniging: lid nodigt niet-lid en oud-leden uit)
- via deelnemers van een eerder aangeboden Clubfitprogramma
- via woningbouwcoöperaties, welzijnsorganisaties, huisartsen en fysiotherapeuten. Kortom, partijen die mensen doorverwijzen met een beweegadvies.
- benut ook lokale promotiemogelijkheden zoals het winkelcentrum, de bibliotheek, apotheken, scholen (ouders van de kinderen), kinderen die lid zijn van sport- en tennisverenigingen (ouders van de jeugdleden) en bedrijven in de buurt.
- Tevens is er promotie voor Clubfit op de verenigingswebsite, in lokale bladen via persberichten.

2.4 Compleet aanbod

Het sterke van Clubfit is dat er niet sprake is van een *1-daagse* kennismakingsactiviteit, maar dat het een kennismakingstraject betreft waarbij de deelnemers ook nog eens de mogelijkheid krijgen zich aan te melden voor een vervolgactiviteit (traject). Zo'n traject draagt bij aan het behoud van de deelnemers. De kunst is om de deelnemers binnenboord te halen en te houden.

Voordelen van een kennismakingstraject:

- dag en tijdstip krijgen een vaste plek in de agenda (stok achter de deur)
- nieuwe leden gaan elkaar herkennen en leren elkaar kennen (basis voor vrij afspreken)
- de gang naar de tennisvereniging wordt vertrouwd (onderschat de onzekerheid op dit gebied niet)
- nieuwe leden (zonder ervaring) krijgen de basis van het tennisspel onder de knie tijdens de tennisles en krijgen daardoor vertrouwen. Tennissers zonder ervaring vinden het moeilijk om zonder basis deel te nemen aan bijvoorbeeld een tossavond.
- deelnemers worden door het traject de vereniging ingezogen
- een traject biedt de vereniging de mogelijkheid om wekelijks iemand uit te nodigen om informatie te geven aan de nieuwe leden (bijvoorbeeld week 1: het bestuur, week 2: een fysiotherapeut, week 3: de lokale sportzaak)

2.5 Eenvoudig op te nemen in deelbeleidsplan

Voor de continuïteit van de vereniging, is het belangrijk dat de vereniging een verenigingsbeleidsplan heeft. Hierin worden o.a. de visie van de vereniging, het toekomstbeeld en heldere doelen opgenomen. Met een goed beleidsplan wordt keuzes maken makkelijker en besturen leuker. Doelgroepenbeleid kan onderdeel uitmaken van het beleidplan (deelbeleidsplan). De leeftijdsgroep 45+ zou zo'n doelgroep kunnen zijn. Clubfit en de bijbehorende informatie uit deze handleiding kunnen worden meegenomen in het deelbeleidsplan 'doelgroepen' en op die manier een waardevolle aanvulling zijn op het verenigingsbeleid.

3. Stappenplan voor clubfit

De vereniging doorloopt bij het aanbieden van Clubfit de volgende zes stappen:

1. Samenwerking opzetten tussen gemeente, tennisvereniging en KNLTB
2. Inbedden van het sportaanbod binnen de vereniging
3. Promoten van het programma Clubfit
4. Introductieperiode bij de vereniging
5. Vervolgaanbod bij de vereniging borgen
6. Evaluatie van inspanningen en rendement

Per fase zijn in onderstaande checklist verschillende aandachtspunten benoemd. Loop de checklist na en vul deze eventueel met eigen punten aan. Gebruik de checklist tijdens het opzetten van Clubfit:

- Openstaande actie*
- Afgeronde actie*
- Geschrapte actie*

- _____ (vul eigen acties aan)

Verder wordt onderscheid gemaakt tussen wat in ieder geval geregeld zou moeten worden en wat optioneel is.

Stap 1: Samenwerking opzetten tussen gemeente, tennisvereniging en KNLTB

8-15 weken vooraf

- Stel een projectgroep samen binnen de vereniging waarin in ieder geval een trainer, een bestuurslid en iemand uit deze leeftijdscategorie zitting hebben.
- Neem contact op met de gemeente (of gemeentelijk) sportbedrijf en leg uit wat de plannen zijn. Vraag of de gemeente haar communicatiemiddelen kan inzetten om de doelgroep te bereiken. Te denken valt aan: gemeentewebsites, mailing onder ambtenaren, stukjes in lokale dagbladen, etc.
- Bepaal hoe het kennismakingsaanbod eruit ziet (inhoud, kosten, planning, etc)
- Bepaal hoe het vervolgaanbod eruit ziet (inhoud, kosten, planning, lidmaatschap van de vereniging, etc)
- _____

Optioneel

- Kijk op www.sportindebuurt.nl voor meer informatie over de sportimpuls Sport en Bewegen in de Buurt (bijvoorbeeld bij 'meest gestelde vragen'). Controleer de sluitingsdatum van de betreffende aanvraagperiode.
- Vraag 'Clubfit' aan.
- Informeer de KNLTB over de ingediende aanvraag en spreek af hoe de KNLTB kan ondersteunen.
- Informeer naar de planning van de workshops Tennis.nonstop voor trainers en/of verenigingsbestuurders en meld de vereniging/trainer aan voor de workshop.
- _____

Stap 2: Inbedden van innovatief sportaanbod binnen de vereniging

8-15 weken vooraf

- Informeer de leden van de vereniging over Clubfit
- Bekijk op welke momenten de lessen en de afsluitende activiteit gepland kunnen worden; agenda trainer en baanbezetting van de vereniging checken.
- Overweeg of er naast de projectgroep (trainer, bestuurslid en iemand uit de leeftijdsgroep) meer mensen nodig zijn die helpen bij de uitvoering van Clubfit. Denk aan: vrijwilligers die handig zijn met sociale media, vrijwilligers die handig zijn met het ontwerpen van flyers, posters, etc, mensen die gedurende de activiteiten de bar kunnen bezetten. **Tip** Indien de bar is verpacht, plan dan ook mensen uit de doelgroep in voor de bardienst.
- _____

Optioneel

- Verwerk Clubfit in het verenigingsbeleid (doelgroepenbeleid) en neem het voorstel ter goedkeuring mee naar de Algemene Ledenvergadering. Zo kan Clubfit ook andere jaren vervolg krijgen.
- _____

Stap 3: Promoten van het programma Clubfit

6-8 weken vooraf

- Stel een digitale nieuwsbrief op. **Tip** *Er zijn tegen geringe kosten digitale nieuwsbriefsystemen te gebruiken via internet.*
- Download de poster en de flyer van de KNLTB. **Tip**: *Noem geen leeftijd in de communicatie-uitingen. De huidige 45plusser wil niet als dusdanig aangesproken worden. Hij/zij voelt zich vitaal en zal eerder worden aangetrokken door een goed aanbod.*
- Maak een inschrijfformulier of vermeld duidelijk de wijze van aanmelding in de flyer. **Tip** *Er zijn tegen geringe kosten digitale inschrijfsystemen te gebruiken via internet.*
- Verstuur de (digitale) flyer naar de gemeente en/of woningbouwcoöperaties, zodat ze mensen kunnen attenderen op Clubfit.
- Maak de informatie over het vervolgaanbod en het bijbehorende aanmeldingsformulier alvast in orde zodat deze uitgedeeld kunnen worden bij de laatste les en bij de afsluitingsactiviteit.
- Richt een deel van de website in voor Clubfit. **Tip** *Maak melding van Clubfit op de homepage zodat potentiële deelnemers direct zien waar ze informatie kunnen vinden. Ze zien dan ook dat ze welkom zijn (namelijk belangrijke plaats op de website).*
- Plaats de flyer op de eigen website en vraag leden deze informatie te verspreiden onder familie, vrienden en kennissen.
- Plaats een advertentie of advertorial (zelf geschreven artikel in de vorm van een advertentie) in de lokale krant (huis-aan-huisblad) of verstuur persberichten over de activiteit.
- Verstuur direct na aanmelding een bevestiging van de aanmelding naar de deelnemers (via een digitaal inschrijfsysteem is dit mogelijk te automatiseren). Als deelnemers niets horen over hun aanmelding denken ze misschien dat er iets misgegaan is. Vermeld in de bevestiging wanneer de deelnemers de definitieve indeling kunnen verwachten.
- Bepaal de noodzaak van het lenen van tennisrackets bij de KNLTB. Deelnemers hoeven voor Clubfit geen racket aan te schaffen, dus de club moet voldoende materiaal beschikbaar hebben. Het kunnen lenen van materialen maakt deelname nog laagdrempeliger. **Tip** *Schaf via de lokale sportzaak zelf rackets aan. Koop bijvoorbeeld tegen een schappelijke prijs (sponsoring?) rackets van voorgaande jaren over van de sportzaak. Dan heeft de vereniging altijd de beschikking over leenrackets voor potentiële leden. Dit is ook handig bij bijvoorbeeld introductietoernooien, open dagen, etc. Zorg er wel voor dat een leenracket altijd weer terug gegeven wordt! **Tip** zorg dat de vereniging rackets in verschillende lengtes heeft.*
- _____

Optioneel

- Neem korte filmpjes op waarin het bestuurslid en de trainer iets zeggen over de vereniging. Hiermee worden de potentiële deelnemers rechtstreeks aangesproken.
- Plaats de filmpjes van de trainer en het bestuur op de website.

- _____

2-6 weken vooraf

- Verspreid de papieren flyers, bijvoorbeeld in het lokale winkelcentrum en leg stapeltjes bij lokale bibliotheken, winkels, huisartsen, apotheken, scholen (ouders van de kinderen), de kinderen van de verenigingen (ouders van de jeugdleden), bedrijven in de buurt, enz.
- Maak reclame via social media: Twitter en Facebook.
- Vraag de eigen leden nogmaals de digitale folder te verspreiden onder familie, vrienden en kennissen.
- Plaats een tweede advertentie of advertorial in de lokale krant.
- Verstuur nogmaals de digitale nieuwsbrief via de gemeente.
- _____

Stap 4: Introductieperiode bij de vereniging

1-2 weken vooraf

- Verzamel alle inschrijvingen
- Probeer inzicht te krijgen in de motivaties van de deelnemers. Wat zoeken de deelnemers: fit voelen, leren, ontmoeten, binden of spelen? Vaak zullen de deelnemers niet op één manier gemotiveerd zijn. Er zal altijd een bepaalde combinatie van motivatie factoren zijn. Het kan nuttig zijn inzicht te krijgen in wat de deelnemers zoeken bij de vereniging. **Tip** *Misschien zijn er zoveel aanmeldingen dat mensen die min of meer gelijke motivaties hebben, bij elkaar in een groep kunnen trainen.* **Tip** *De KNLTB beschikt over de eenvoudige Clubfit motivatiescan en Clubfit gezondheidscan (eind 2014 beschikbaar) die gebruikt kunnen worden om de motivaties en de fysieke behoeften van mensen te achterhalen. Zie www.centrecourt.nl/clubfit.*
- Maak een groepsindeling. Bedenk wat je doet als de groep te groot wordt (bijvoorbeeld extra trainer of extra moment inplannen)
- Stuur de indeling naar de deelnemers, eventueel aangevuld met de laatste informatie.
- _____

Eerste les

- Heet de deelnemers welkom vanuit het bestuur en geef informatie over de vereniging. **Tip** *Bied de deelnemers een kop koffie of thee aan waardoor ze zich welkom voelen.*
- Laat de trainer met de deelnemers de baan opgaan en starten met de les: voorstelronde
- Laat beginnende tennissers tijdens de eerste les opvolgend kennismaken met de rode (foam) bal (rode baan), oranje bal (oranje baan) en groene bal (grote baan). Laat deelnemers de verschillen ervaren en praat daarover.
- Verwerk de basistactieken in de les zodat de spelers leren waar het bij tennis om gaat: langer volhouden dan de ander, het de ander moeilijk maken, zelf direct een punt scoren.
- Maak duidelijk dat de deelnemers bij het kennismakingstraject de belangrijkste (basis) zaken (bijvoorbeeld 75%) van tennis leren: service, rallyen, scoren, regels, normen en waarden.
- Sluit de les af met een drankje in het clubhuis.
- _____

Vervolg lessen

- Houd goed contact met de trainer over de voortgang.
- Vraag de deelnemers naar hun bevindingen (bijvoorbeeld bij het drankje achteraf)
- Geef de deelnemers de mogelijkheid om naast de les op een ander moment te oefenen, al dan niet onder leiding van een vrijwilliger. **Tip** *Plan een vaste avond om vrij te spelen. Dan hebben de deelnemers in het begin twee vaste momenten in de week waarop ze spelen. Daar kunnen ze rekening mee houden in hun privéplanning. Ook weten de deelnemers dan zeker dat er andere nieuwe leden zijn en dat er iemand van de club aanwezig is om e.e.a. te regelen.*
- Deel de informatie over het vervolgaanbod uit aan de deelnemers: informatie en inschrijfformulier.
- Verstuur de factuur naar alle deelnemers.
- _____

Optioneel

- Nodig andere partijen uit om nuttige informatie te geven voorafgaand aan de les of na afloop van de les. Bijvoorbeeld: les 2 Fysiotherapeut (informatie over blessurepreventie) en les 3 de lokale sportzaak (informatie over materialen, aanbieding).
- _____

Afsluitende activiteit

- Organiseer in samenwerking met de trainer een leuk toernooi met lunch of diner. Bedenk daarbij dat winnen niet het hoofddoel is van de meeste deelnemers, maar voornamelijk het samenzijn en op een leuke en gezonde manier bezig zijn.
- Zorg dat trainer, de contactpersoon uit de leeftijdsgroep en bestuursleden aanwezig zijn bij de slotactiviteit.
- Bepaal wie een praatje houdt bij de slotactiviteit.
- Deel de informatie over het vervolgaanbod (nogmaals) uit aan de deelnemers. **Tip** *Verstuur de informatie evt. ook via de nieuwsbrief.*
- _____

Stap 5: Vervolgaanbod bij de vereniging borgen

1-2 weken vooraf

- Verzamel alle inschrijvingen
- Maak vooraf een groepsindeling
- Stuur de indeling naar de deelnemers, eventueel aangevuld met de laatste informatie
- Verzorg het vervolgaanbod
- Houd na afloop van de lessen van het vervolgaanbod via de nieuwsbrief deelnemers op de hoogte van het reilen en zeilen binnen de vereniging. Houd ze betrokken.
- Nodig de deelnemers aan het vervolgaanbod eventueel nog een keer uit voor een borrel o.i.d.
- _____

Stap 6: Evaluatie van inspanningen en rendement

- Evalueer eerst met de projectgroep van de vereniging en bepaal per stap: Wat ging goed? Wat kon beter (aandachtspunten)? Wat waren de sterke punten?
- Evalueer met alle betrokken partijen.
- Leg beide evaluaties vast op papier zodat deze volgend jaar gebruikt kunnen worden bij de voorbereiding van een nieuwe versie van Clubfit.
- Bepaal hoe de deelnemers komende periode betrokken worden bij de vereniging zodat ze niet uit het oog worden verloren.
- Plan eventueel Clubfit voor volgend jaar.
- _____

Optioneel

- Bepaal of er een enquête uit moet gaan naar de deelnemers om deze versie van Clubfit te evalueren.
- Stel de enquête op en stuur deze naar de deelnemers.

4. Contact

Zijn er nog vragen over Clubfit, neemt u dan gerust contact op met de afdeling Verenigingsondersteuning van de KNLTB.

verenigingsondersteuning@knltb.nl

088-1302600

www.knltb.nl

Nogmaals veel succes met Clubfit!

KNLTB, afdeling Productontwikkeling