



VERENIGINGS MONITOR 2017



Rapportage resultaten
26 MEI – 18 JUNI 2017



VORIGE

OVERZICHT

Leden(tal)

Vrijwilligers en trainers

Beleid en toekomst

Financiën

Samenwerking

Verenigingsondersteuning

Beoordeling BNL

Besluitvorming

Thema's VM 2017

Vitale clubs



VERENIGINGS MONITOR 2017



VORIGE

SAMENVATTING

Samenvatting verenigingsmonitor

De belangrijkste resultaten



Verenigingen hebben een positiever beeld over de ledenontwikkeling: er zijn t.o.v. 2015 en 2016 meer stabiele clubs en het aantal clubs dat een daling verwacht verminderd, terwijl het aantal clubs dat een stijging verwacht groeit.



Clubs focussen vaker op het werven van de allerjongsten (<6 jaar).



Voor het eerst sinds jaren is ledenbehoud het belangrijkste beleidsonderwerp voor clubs. Vorige jaren was dit ledenwerving.



In tegenstelling tot 2016 is er een flinke stijging (van 34% naar 69%) van clubs die samenwerken met andere (badminton)verenigingen of partijen.



Het aantal clubs dat ongediplomeerde trainers inzet blijft groot.



Er zijn meer criticasters dan promotors voor Badminton Nederland onder de bestuurders. Passief tevreden blijft de grootste groep.



Verenigingen willen meer informatie rondom besluiten en het besluitvormingsproces binnen BNL.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

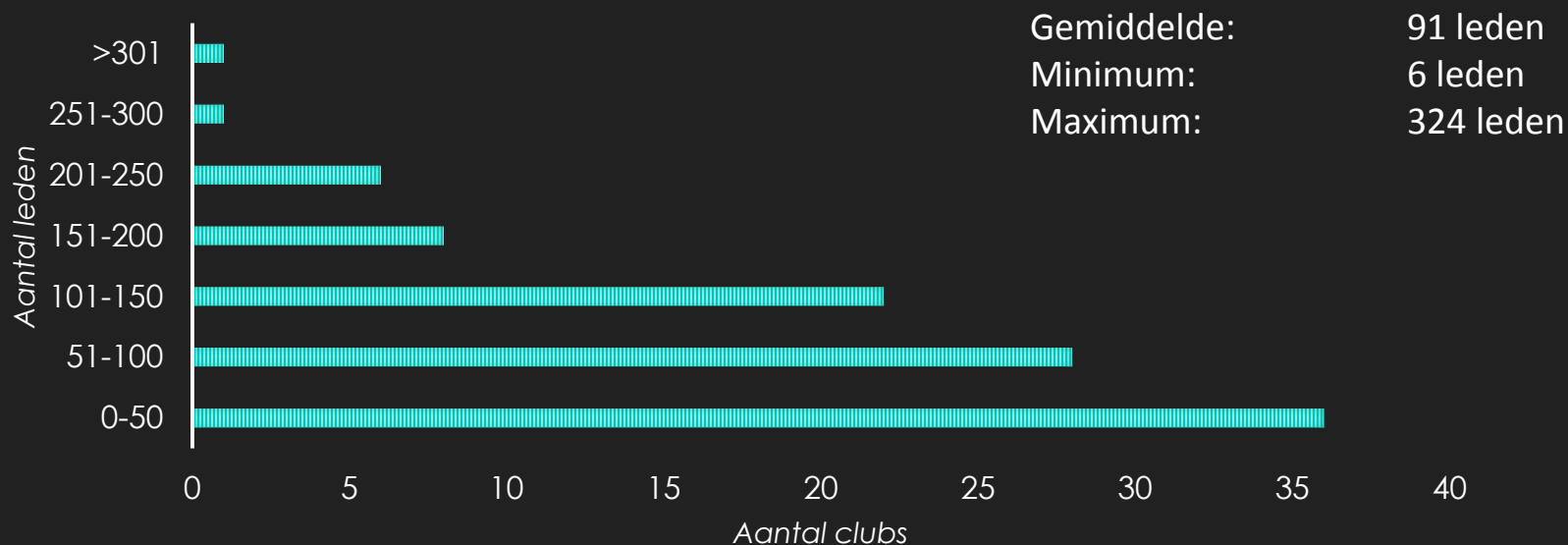
Vrijwilligers en trainers

Verenigingsgrootte

Ontwikkeling ledental

Ledenacties

Verenigingsgrootte (N=107)



In vergelijking met 2016 hebben meer kleine verenigingen (0-50 leden) de Verenigingsmonitor ingevuld. Dit kan verklaard worden doordat badmintonverenigingen gemiddeld genomen steeds kleiner worden. In 2016 had men gemiddeld ca. 80 leden per club, in 2017 zijn dit nog maar 68 leden.

De gemiddelde grootte van clubs in de respondentengroep ligt desondanks iets hoger dan de gemiddelde grootte van badmintonclubs die lid zijn van Badminton Nederland.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

Vrijwilligers en trainers

Verenigingsgrootte

Ontwikkeling ledental

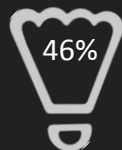
Ledenacties

Ontwikkeling ledental (N=107)

% ontwikkeling afgelopen 2 jaar



gedaald

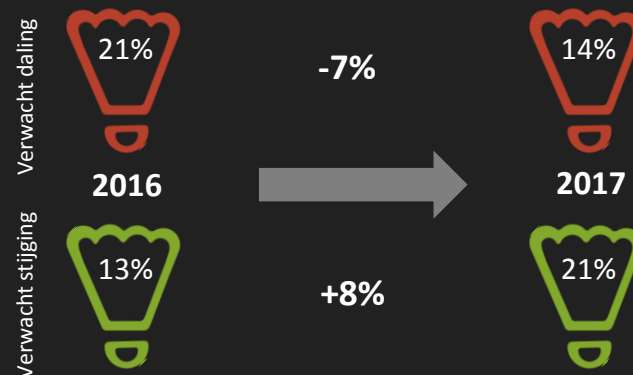


gelijk gebleven



gestegen

% verwachting komende 2 jaar



Positiever (toekomst)beeld

De daling van het ledental in de afgelopen 2 jaar neemt bij deze groep verenigingen af. Hiermee zijn de verenigingen die stabiel zijn gebleven nu de grootste groep, daar waar vorig jaar de groep met een daling nog de grootste was. Dit komt overeen met 'voorspelling' in 2016 waarbij de meerderheid van de clubs een stabilisatie van het ledental verwachtte.

Opvallend is dat de verenigingen beduidend positiever zijn over de toekomst dan in de afgelopen twee jaar. De groep die een daling van leden verwacht is kleiner geworden en de groep die een stijging verwacht groter.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

Vrijwilligers en trainers

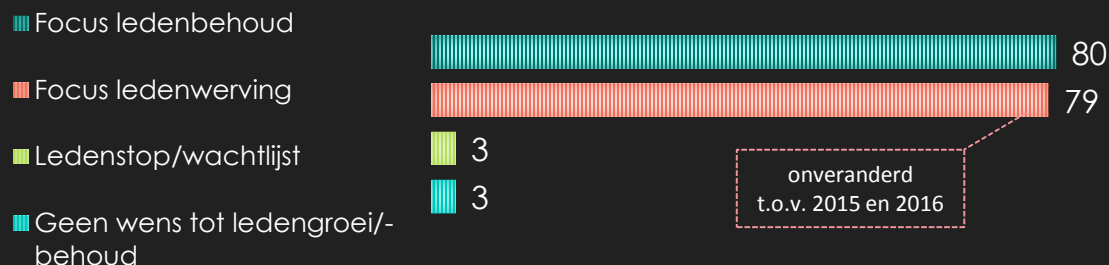
Verenigingsgrootte

Ontwikkeling ledental

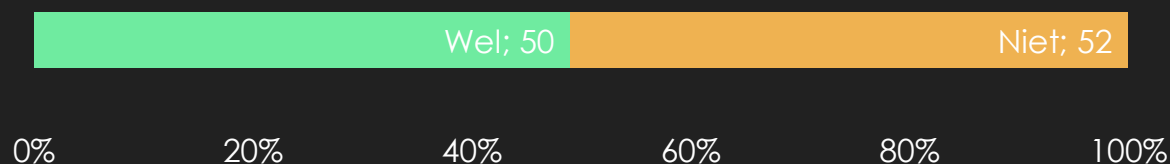
Ledenacties

Ledentoeename (N=102)

Realisatie ledentoeename door clubs



Doelgroepgericht ledenacties



Vereniging is minder doelgroepgericht

Het percentage verenigingen dat zich bij ledenacties niet op bepaalde doelgroepen focust neemt met de jaren toe en is inmiddels groter dan de groep die wel doelgroepgerichte ledenacties uitvoert.

Verklaring hiervoor kan zijn dat het ledental jarenlang is gedaald (en nog steeds daalt bij veel clubs) waardoor men zoveel mogelijk mensen wil binnenhalen. Het focussen op bepaalde doelgroepen voelt als het uitsluiten van kansen. Uit de Verenigingsmonitor 2016 bleek ook men geen gerichte ledenacties uitvoert omdat 'iedereen welkom is'.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

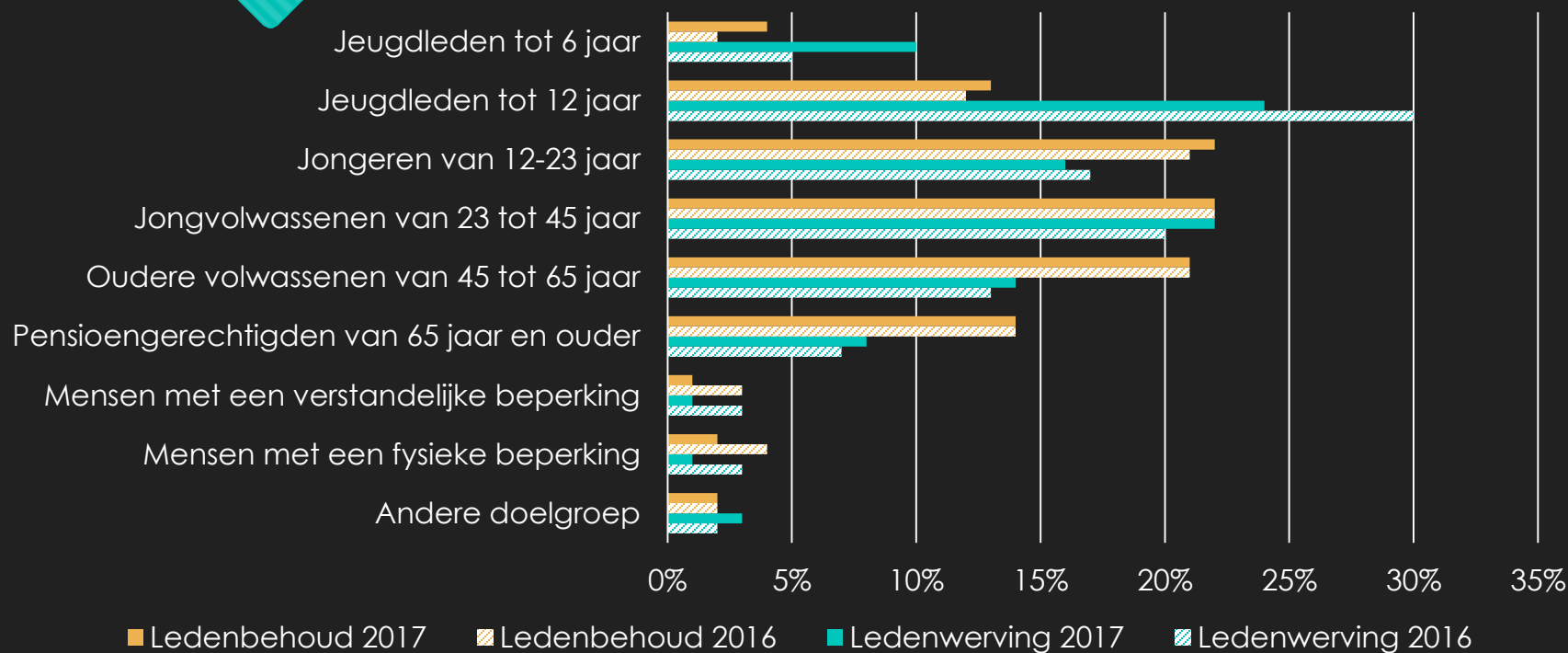
Vrijwilligers en trainers

Verenigingsgrootte

Ontwikkeling ledental

Ledenacties

Doelgroepen ledenacties (N=50)



Meer aandacht voor de allerkleinsten

Opvallend is dat de focus van ledenwervingsacties onder de jeugd lijkt te zijn verplaatst van jeugd tot 12 jaar naar jeugd tot 6 jaar. Let wel, dit betreft een conclusie op basis van slechts 50 verenigingen.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

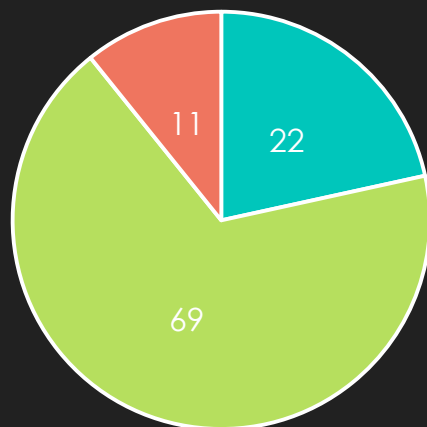
Vrijwilligers en trainers

Vrijwilligers

Trainers

Het vrijwilligersteam (N=102)

Voldoende vrijwilligers?



- Ja, we zijn niet op zoek
- Ja, maar we zijn ook nog op zoek
- Nee

Meer verenigingen zoeken 'preventief' naar vrijwilligers

In vergelijking met vorig jaar is er een lichte verschuiving van verenigingen met voldoende vrijwilligers die niet op zoek zijn, naar verenigingen met voldoende vrijwilligers die wel op zoek zijn.

Vrijwilligerstekort lijkt af te nemen

Het percentage clubs dat aangeeft onvoldoende vrijwilligers te hebben is geslonken van 15% in 2016 naar 11% in 2017. De Masterclasses voor verenigingen hebben hier mogelijk aan bijgedragen, omdat er meer aandacht is gekomen voor de (persoonlijke) ontwikkeling van de vrijwilligers. Iets wat het plezier in het werk verhoogd. Daarnaast is er in diverse bijeenkomsten gesproken over vrijwilligersbeleid en het belang van het in kaart brengen van de kwaliteiten en wensen van leden m.b.t. vrijwilligerswerk.



VORIGE

VOLGENDE

Leden(tal)

Vrijwilligers en trainers

Vrijwilligers

Trainers

Trainers bij de vereniging (N=102)

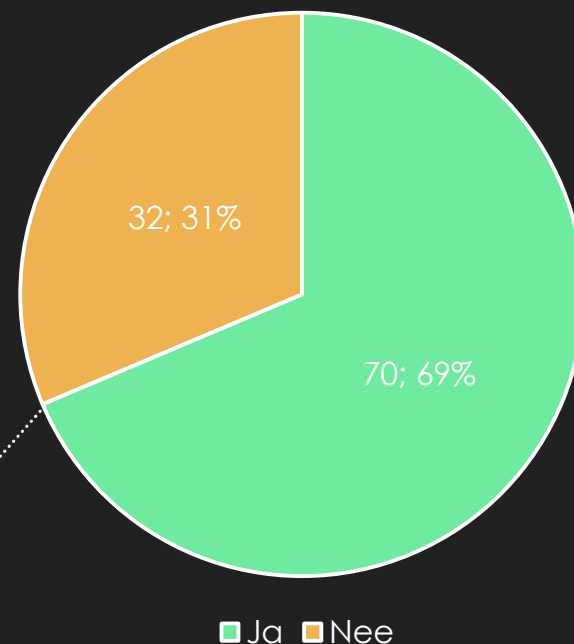
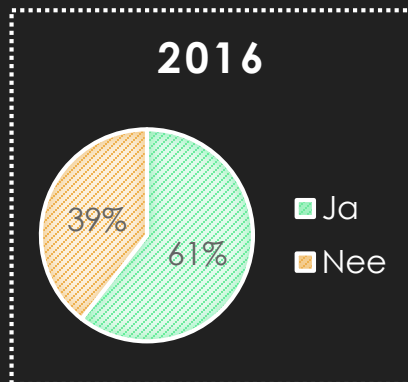
Verenigingen maken vaker gebruik van ongediplomeerde trainers

De verhouding ongediplomeerde trainers en gediplomeerde trainers die door clubs worden ingezet verschuift naar steeds meer ongediplomeerd.

Waarom?

Vorig jaar is gevraagd naar de reden(en) van clubs om ongediplomeerde trainers in te zetten: trainer heeft voldoende ervaring, er zijn te weinig gediplomeerde trainers, trainer wordt ingezet voor taken waar geen opleiding voor nodig is, het is goedkoper, huidige trainers willen geen opleiding volgen.

Inzet ongediplomeerde trainers?



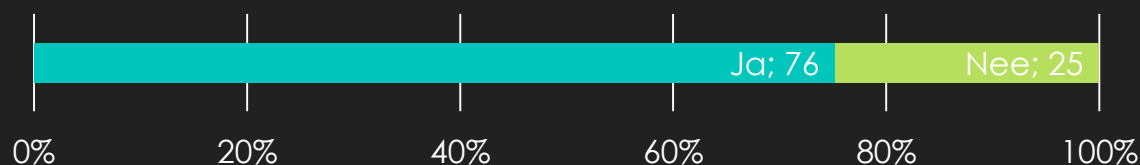
VORIGE

VOLGENDE

Plannen en doelstellingen (N=101)

Net als afgelopen jaar zien we een **lichte stijging van het percentage clubs dat plannen maakt voor komend jaar**; dit percentage stijgt van 72% naar 75%.

Zijn er voor komend jaar plannen m.b.t. het functioneren van de club?



Top 5 belangrijkste onderwerpen plannen komend jaar:

1. Ledenbehoud (82%)
2. Ledenwerving (80%)
3. Jeugd (70%)
4. Communicatie/pr/publiciteit (57%)
5. Behoud van vrijwilligers/kader/personeel (57%)

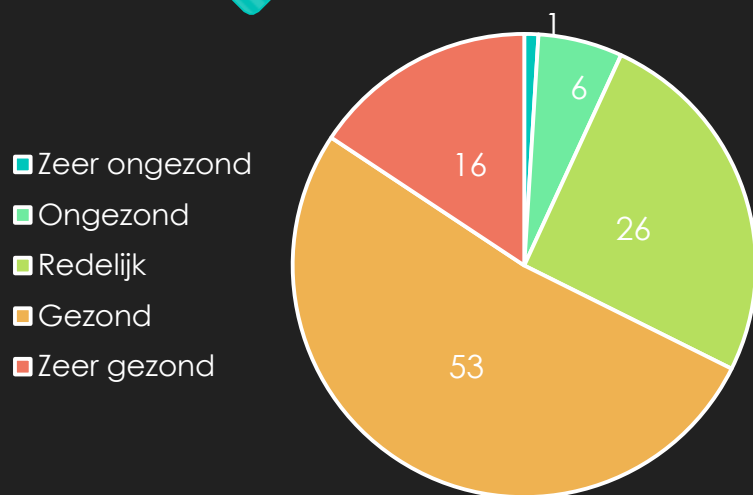
Ledenbehoud staat komend jaar bij meer clubs op de agenda's dan in 2016 en gaat daarmee ledenwerving voorbij. Het activiteitenaanbod is de grootste daler en zakt uit de top 5. Andere opvallende veranderingen zijn een flinke stijging van 'sfeer op de vereniging', 'sportiviteit en respect' en 'samenwerking met niet-sportverenigingen'.



VORIGE

VOLGENDE

Financiële positie en verdienmodellen (N=102)



Overwegend positief

Net als afgelopen jaren zijn verenigingen overwegend positief over de huidige financiële situatie van de club. Wel is een kleine toename (2%) zichtbaar van clubs die financieel (zeer) ongezond zijn.

Ook dit jaar geldt: **hoe groter de club, hoe positiever de financiële situatie**. Clubs die zichzelf als ongezond kenmerken hebben gemiddeld 55 leden, clubs met een redelijk financiële situatie gemiddeld 60 leden en clubs met een gezonde positie gemiddeld 104 leden.

Nieuwe verdienmodellen

Een meerderheid van de clubs (75%) heeft geen andere verdienmodellen dan contributie, sponsoring en subsidie. 26 clubs experimenteren wel.

Het meest genoemd is de strippenkaart. Daarnaast worden genoemd: tijdelijk lidmaatschap, De Grote Clubactie (al dan niet verplichte deelname leden), lessenpakket (START o.i.d.), zomerbadminton (betalen per keer), bedrijventoernooi en onderverhuur van de badmintonbanen.

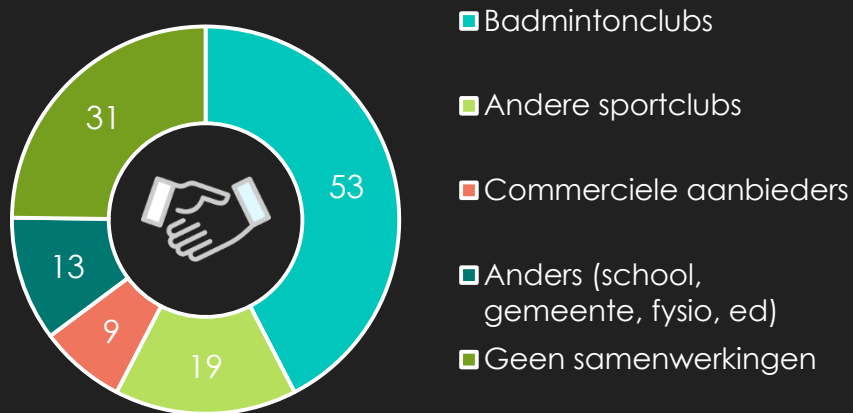


VORIGE

VOLGENDE

Samenwerkingspartners (N=101)

Partners in afgelopen seizoen



Enorme stijging van samenwerkingen

In vergelijking met 2016 is een enorme stijging van clubs die samenwerkingen hebben. Vorig jaar gaf 66% aan niet samen te werken, terwijl dat dit jaar slechts 31% is.

Van de 34 clubs die ook vorig jaar de vragenlijst invulden en toen niet samenwerkten geven er nu 23 aan wel samen te werken. Bijna de helft daarvan gaat om samenwerking met andere badmintonclubs.

De focus van Badminton Nederland op het creëren van samenwerking is hierop van invloed geweest. Daarnaast kan de toename te maken hebben met de positievere toekomstverwachtingen van clubs, waardoor men weer mogelijkheid ziet buiten de club te kijken.



VORIGE

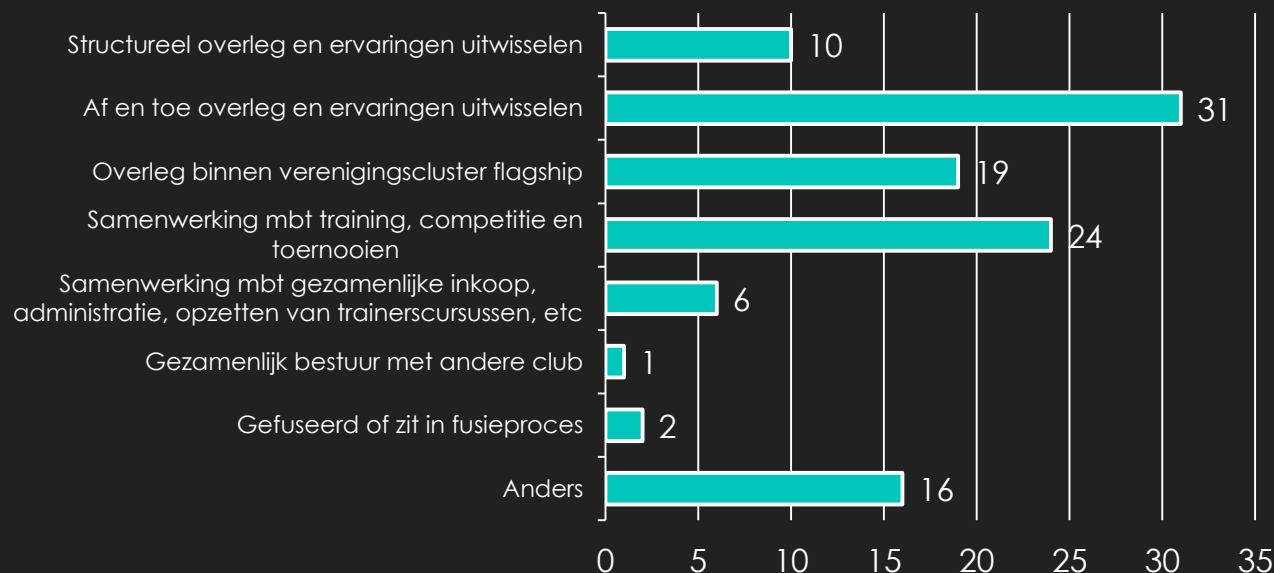
VOLGENDE

Type samenwerkingen (N=69)

Andere samenwerkingen

Bij andere samenwerkingen worden vooral genoemd:

- In samenwerking met school geven van badmintonclinics
- Gezamenlijke speelavonden
- Gezamenlijke promotie en ledenwervingsacties
- Gezamenlijk in overleg met gemeente



VORIGE

VOLGENDE

Verenigingsondersteuning

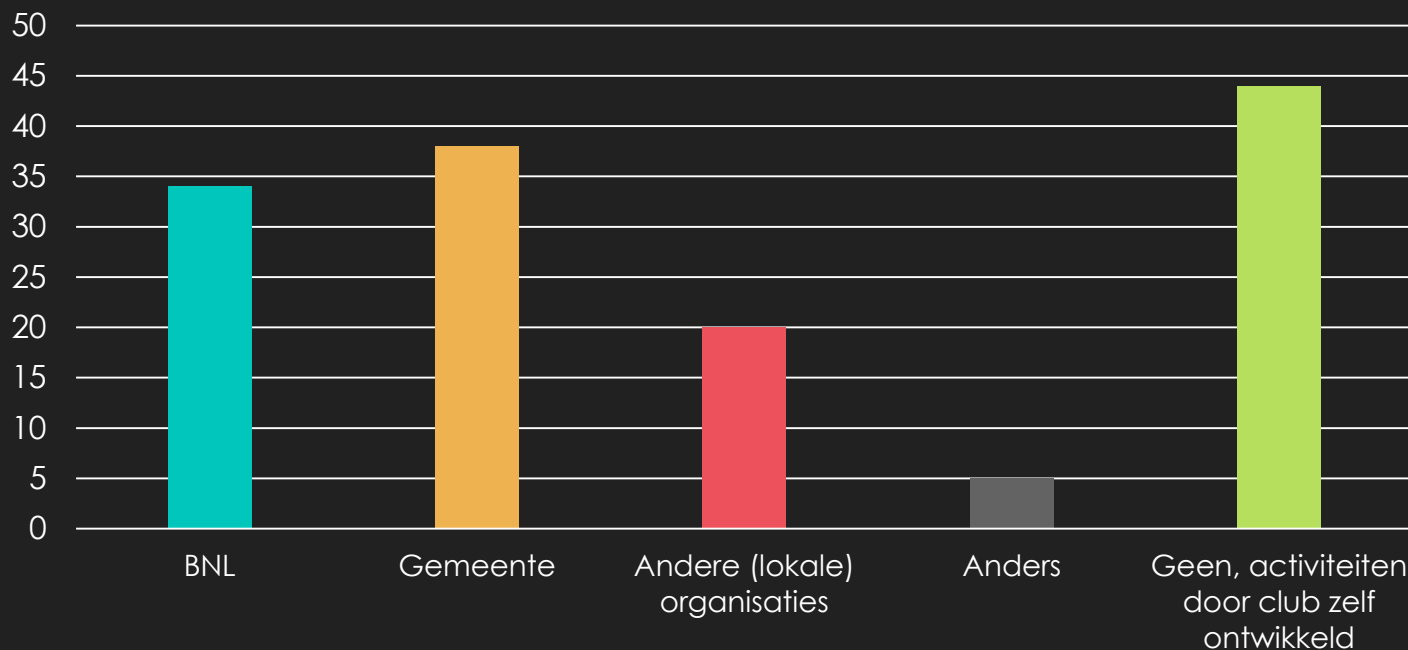
Beoordeling BNL

Besluitvorming

Aanbieders

Badminton Nederland

Gebruik producten/diensten van... (N=102)



Gemeente #1

Ook afgelopen jaar ontwikkelden verenigingen vooral zelf activiteiten*. Voor ondersteuning in producten en diensten staat de gemeente op nummer 1, gevolgd door Badminton Nederland. Bij de gemeente neemt men vooral deel aan sportpromotie-activiteiten.

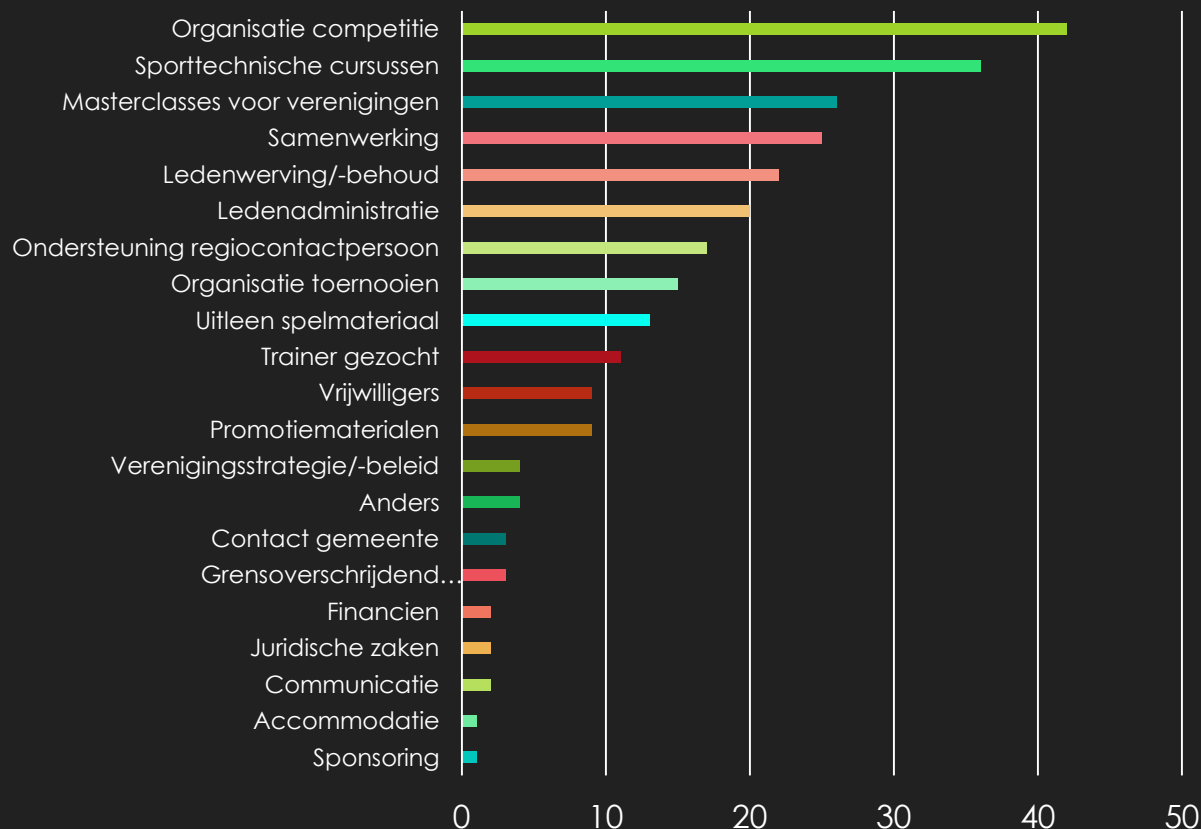
** Het gaat hier specifiek over het gebruik van producten en diensten van de ondersteunende organisaties. De groep die aangeeft zelf activiteiten te ontwikkelen zou dit, gezien de grote stijging in samenwerkingen, wel kunnen doen in samenwerking met bijvoorbeeld andere verenigingen.*



VORIGE

VOLGENDE

Thema's ontvangen ondersteuning (N=83)



Masterclasses en samenwerking scoren hoog

Hoge afname van producten/diensten op het gebied van competitie en opleidingen zijn geen verrassing. Wel is het goed te zien dat de focus op samenwerking en kennisontwikkeling van clubs in 2016-2017 terug te zien zijn in de cijfers omtrent ondersteuning.

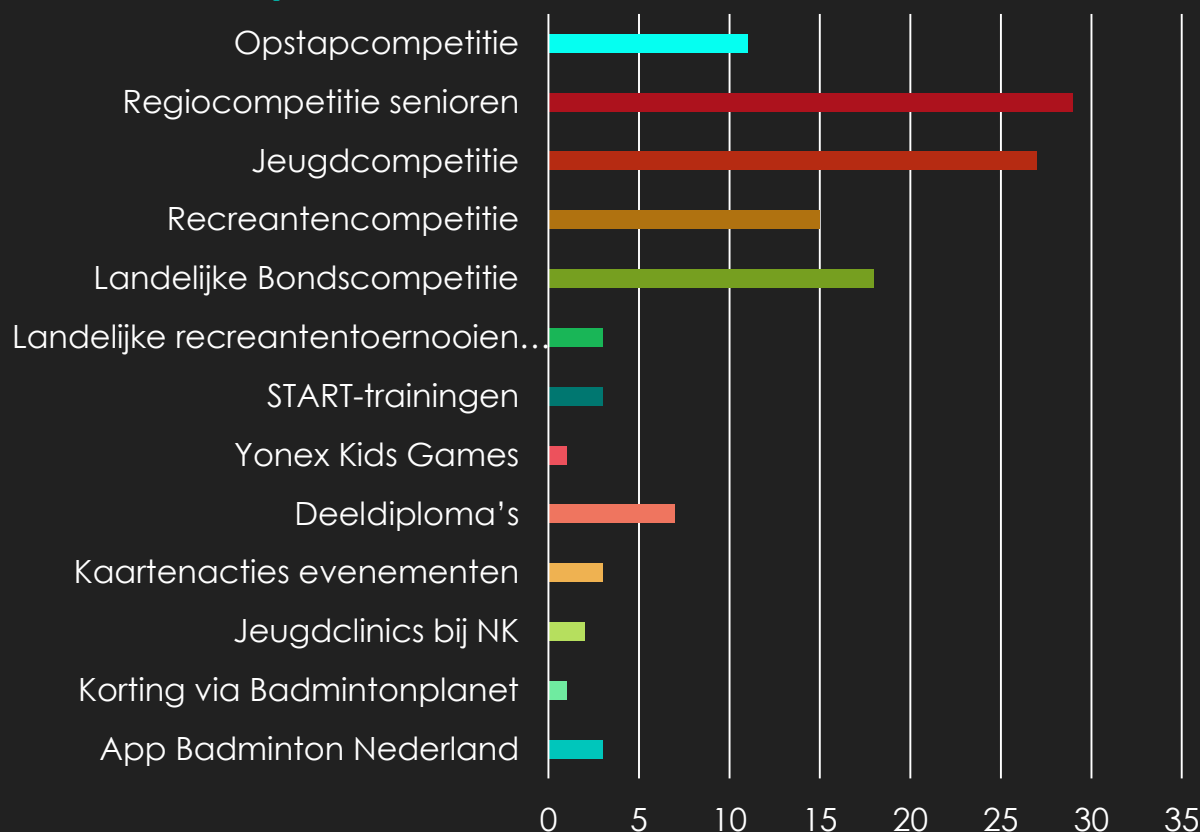
Thema's waarop men geen ondersteuning heeft ontvangen zijn aangepast badminton en topsport.



VORIGE

VOLGENDE

Gebruik concrete producten/diensten (N=33)



Niet gebruikt/aangeboden?

Producten die door deze verenigingen niet worden gebruikt en/of aangeboden aan hun leden zijn: Sla je Slag, Sport- en Spelbox en de Collectiviteitskorting Zilveren Kruis.

(Redelijk) tevreden over aanbod

De verenigingen zijn over het algemeen (redelijk) tevreden over het aanbod. Opmerkingen die worden gemaakt betreffen de (hoge) kosten en lengte (te kort) van de competitie en de starheid bij de regiocompetitie. Men kijkt met nieuwsgierigheid uit naar de nieuwe competitieopzet. Over de kaartenacties voor evenementen is men positief.



VORIGE

VOLGENDE

De Netto Promotor Score (NPS)

Met NPS wordt inzichtelijk gemaakt in hoeverre klanten/leden een organisatie aanbevelen aan in hun omgeving. Uit verschillende onderzoeken blijkt dat organisaties met een hoge NPS meer tevreden en loyale klanten/leden hebben die sneller herhaald producten en diensten afnemen. Uit de toelichting van leden op hun score komen mogelijkheden naar voren om de loyaliteit te verbeteren en er daarmee voor te zorgen dat (on)tevreden leden enthousiaste leden worden én blijven. Omdat Nederlanders (en Europeanen in het algemeen) een kritischere houding hebben dan de Amerikanen waar in het originele model vanuit is gegaan is er een Europese NPS in het leven geroepen. Wij maken in dit onderzoek gebruik van de Europese variant. Afhankelijk van de sector wordt een NPS van 0 of hoger als goed gezien.

Criticasters

Deze groep is hoogstwaarschijnlijk ontevreden over de organisatie en spreekt mogelijk negatief over de organisatie met anderen. In het ergste geval schaden zij het beeld van de organisatie. Het aantal criticasters wil je minimaliseren.

Passief tevreden

Deze mensen laten zich tegen anderen niet positief of negatief uit over een organisatie. Zij zijn zelf tevreden over de organisatie, maar niet dusdanig dat ze deze ervaring delen met anderen.

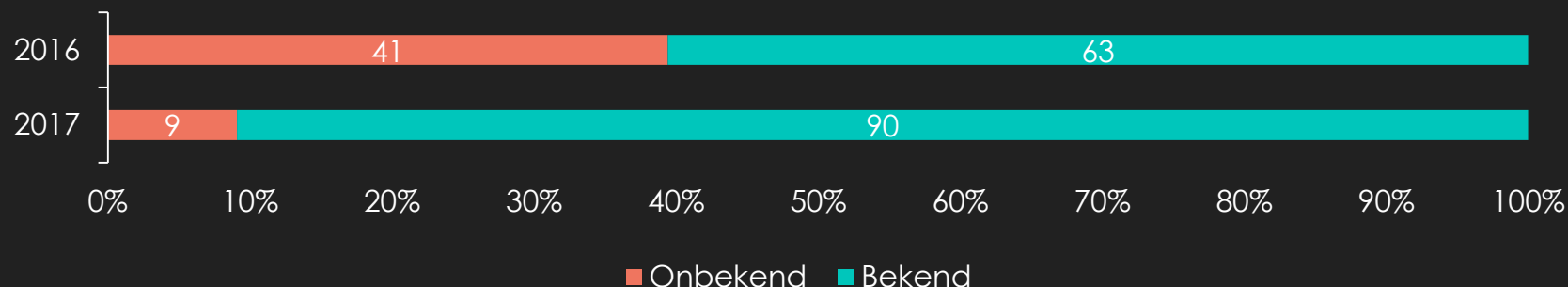
Promotors

Deze groep is zeer tevreden over de organisatie. Het doel is zo veel mogelijk promotors te hebben. Zij zorgen voor positieve mond-tot-mondreclame.

**VORIGE****VOLGENDE**

Bekendheid ondersteuning BNL (N=99)

Steeds meer clubs zijn bekend met de ondersteuningsmogelijkheden



Meer critcasters onder verenigingsbestuurders dan promotors

Rapportcijfer
ondersteuning
(N=102)

6,4

Netto Promotor
Score* (NPS-EU)
(N=102)

* NPS = % promotors – % critcasters



-11



VORIGE

VOLGENDE

Onderbouwing NPS (N=99)

**Waarom raden criticasters het afnemen van producten/diensten van BNL niet aan anderen aan (vaker dan 1x genoemd):**

- Men is in zijn algemeenheid niet geneigd iets aan te bevelen aan anderen (8x)
- De mogelijkheden/meerwaarde van de bond is onbekend (6x)
- Prijs-kwaliteit verhouding is niet goed (4x)
- Bestuurssituatie/het rommelt bij bond (2x)
- Aanbod sluit niet aan bij kleine club (2x)

**Wat moet BNL doen om van de passief tevreden promotors te maken? (vaker dan 1x genoemd)**

- Kosten lidmaatschap/afname producten verlagen voor betere prijs/kwaliteit-ervaring (8x)
- (Meer) producten en diensten aanbieden voor specifiek kleine, recreatieve en grijze verenigingen (7x)
- Nauw persoonlijk contact met clubs (voortzetten) (6x)
- Vraaggericht werken (6x)
- Meerwaarde beter duidelijk maken (5x)
- Investeren in landelijke sportpromotie (4x)
- Zorgen voor een goed bondsbestuur (2x)
- Meer promotiematerialen beschikbaar (2x).

**Waarom bevelen promotors BNL aan? (vaker dan 1x genoemd)**

- Goede, snelle service en advisering/professionele organisatie (6x)
- Veel bijeenkomsten/cursussen voor clubs (4x)
- Competitieaanbod (3x)
- Goed aanbod (≠competitie) voor clubs (3x)
- De bond helpt bij wat je als club alleen niet kunt (2x)

**VORIGE****VOLGENDE**

Verenigingsondersteuning

Beoordeling BNL

Besluitvorming

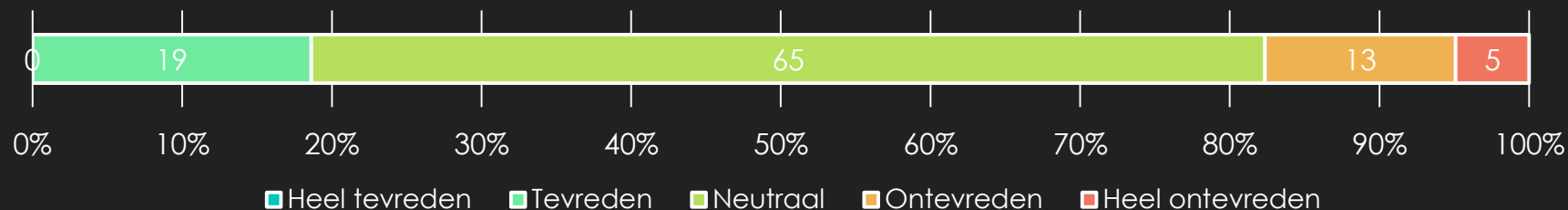
Betrokkenheid

Snelheid

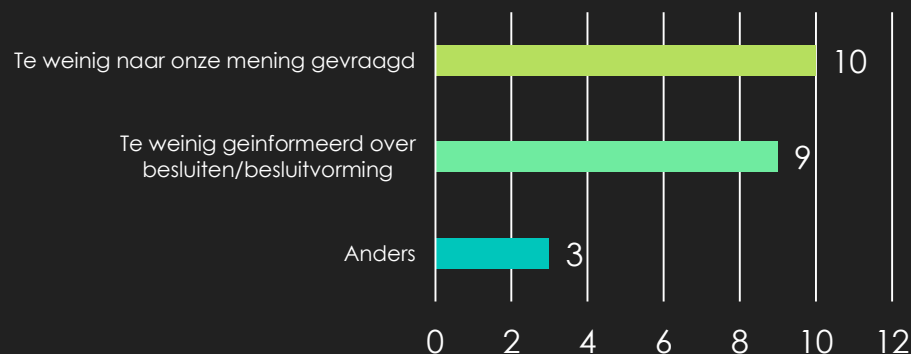
Invloed

Besluitvorming Badminton Nederland (N=102)

Tevredenheid over betrokkenheid



Reden ontevredenheid (N=16)



Clubs ervaren geen invloed te hebben*

Bij *anders* en bij de toelichting wordt aangegeven dat men ervaart dat er weinig met hun mening wordt gedaan. Een directe vertegenwoordiging zou volgens meerdere clubs beter zijn dan via afgevaardigden. Mogelijk mede daardoor ervaren clubs dat ze geen invloed hebben op het beleid.

** Er is in zijn algemeenheid naar besluitvorming gevraagd en niet in het bijzonder naar bestuur, regio/afgevaardigden of bondsbureau.*



VORIGE

VOLGENDE

Verenigingsondersteuning

Beoordeling BNL

Besluitvorming

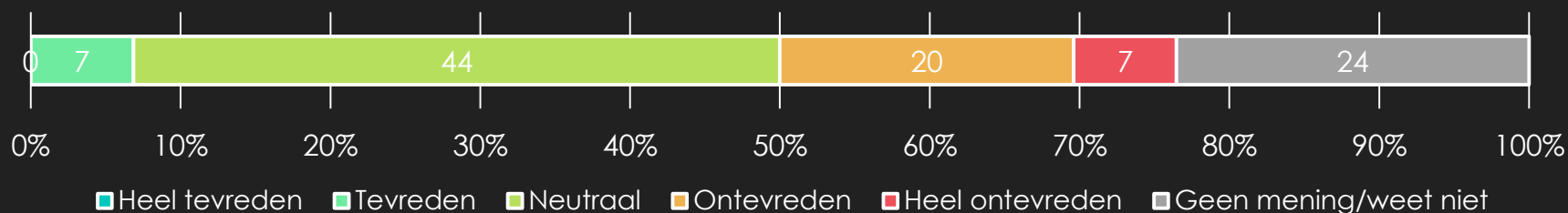
Betrokkenheid

Snelheid

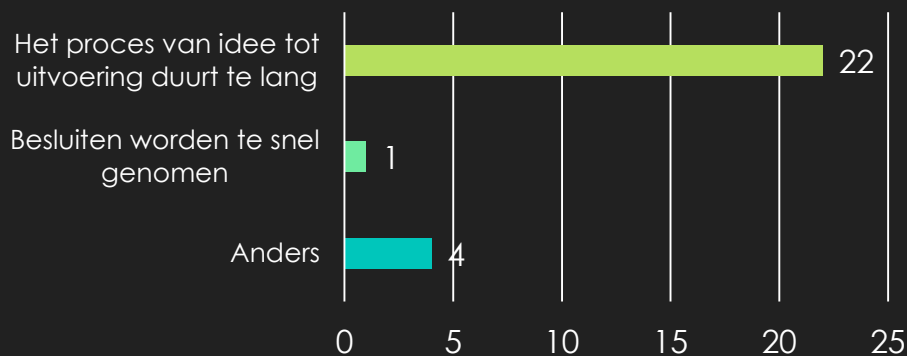
Invloed

Besluitvorming Badminton Nederland (N=102)

Tevredenheid over snelheid besluitvorming



Reden ontevredenheid (N=27)



Gebrek aan communicatie

Verenigingen zijn vooral ontevreden over de communicatie rondom besluiten: van idee tot daadwerkelijk besluit. Hierbij wordt zowel 'de bond' genoemd als de afgevaardigden. Hierdoor zijn besluiten helemaal onbekend of komen uit de lucht vallen.

Daarnaast wordt aangegeven dat men het proces van plannen te lang vindt duren en ziet dat besluiten vervolgens uitblijven.



VORIGE

VOLGENDE

Verenigingsondersteuning

Beoordeling BNL

Besluitvorming

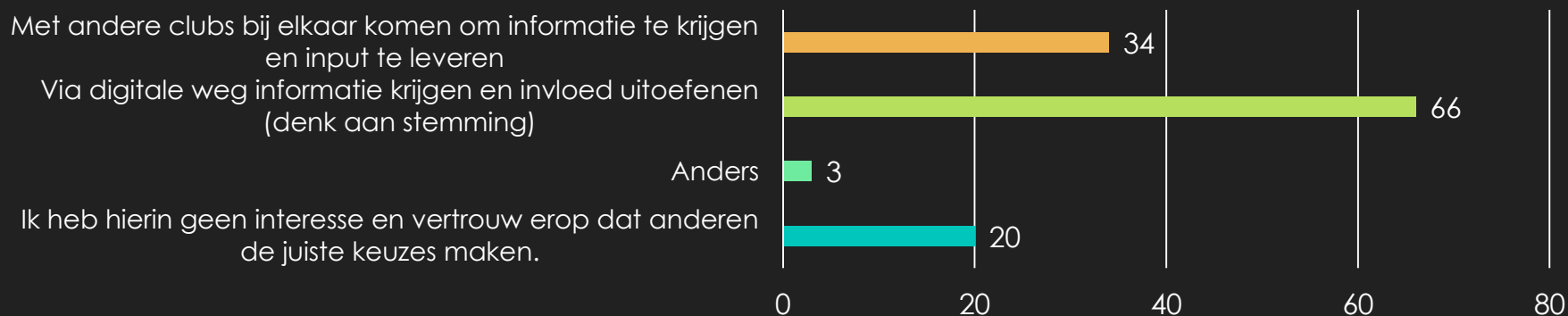
Betrokkenheid

Snelheid

Invloed

Besluitvorming Badminton Nederland (N=102)

Wensen m.b.t. invloed op besluitvorming (N=101)



Kanttekening bij *digitale besluitvorming*

De grootste groep respondenten (65%) is voorstander van een digitaal besluitvormingsmiddel om de verenigingen te betrekken bij besluiten. Wel merken diverse clubs op dat informatie en eventueel discussie prima digitaal kan, maar dat digitale stemming alleen mogelijk is als de keuze(s) heel helder zijn.



VORIGE

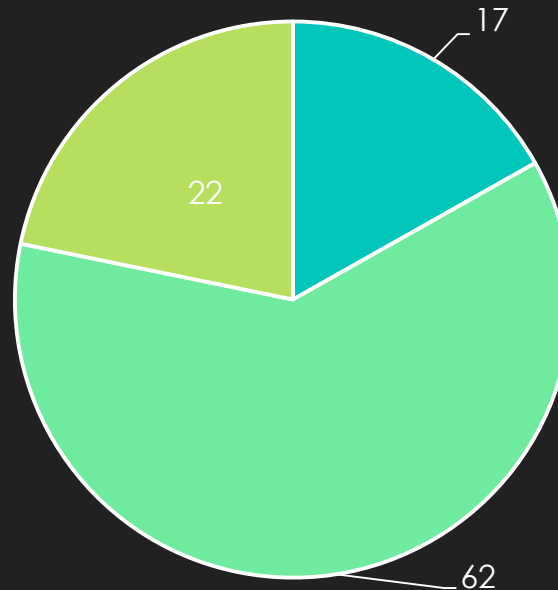
VOLGENDE

Collectieve inkoop (N=101)

Interesse wordt vooral bepaald door kosten

De interesse voor deelname aan collectieve inkoop wordt begrijpelijkerwijs vooral bepaald o.b.v. kosten. Het moet goedkoper zijn dan als men het zelf blijft regelen.

Zaken die men collectief zou willen inkopen zijn: shuttles, promotiematerialen, website/CMS, zaalhuur en clubkleding.



- Als het onze club ontzorgt is het interessant
- Alleen als het goedkoper is dan wij het zelf inkopen
- Wij regelen de zaken liever zelf

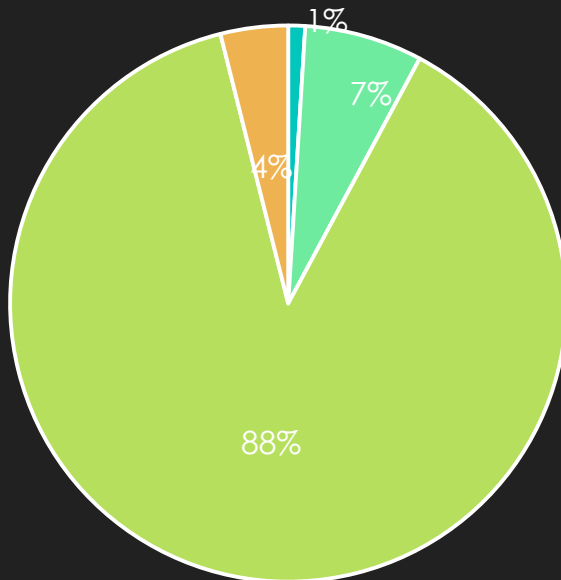


VORIGE

VOLGENDE

Promotie van competitie (N=102)

- Alle leden zijn verplicht competitie te spelen
- Juniorleden zijn verplicht competitie te spelen
- Wij promoten het, maar het is vrijblijvend
- Wij promoten competitie niet



Competitie spelen blijft vrijblijvend

Daar waar in andere sporten zoals voetbal en hockey competitie spelen er 'gewoon' bij hoort is het spelen van competitie in het badminton geen vanzelfsprekendheid. Dit blijkt ook uit de antwoorden op de vraag: promoot jouw club het spelen van competitie?

Ondanks dat clubs zich vaak wel bewust zijn van de (langdurige) verbondenheid die wordt gecreëerd met het spelen van competitie* is het verplichten van competitiedeelname nog een uitzondering.

** ervaring vanuit verenigingscontact*



VORIGE

VOLGENDE

Vitale badmintonclubs

In de monitor van 2016 hebben we een analyse gedaan van succesvolle ofwel vitale badmintonclubs. Dit jaar beperken we ons tot de ontwikkeling van het aantal vitale clubs.

Geen stijging aantal vitale clubs

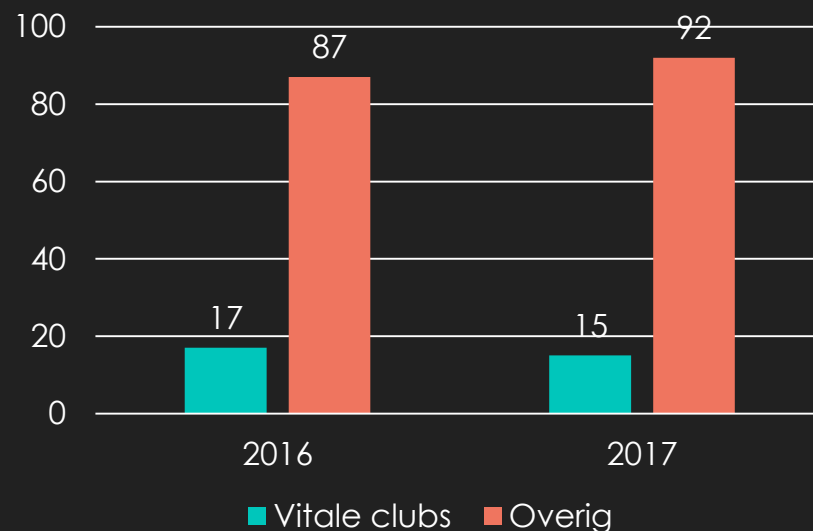
Badminton Nederland heeft het afgelopen seizoen ingezet op het versterken van de besturen en vrijwilligers met onder andere Masterclasses (ledenwerving en –behoud) en regiocontactpersonen.* We zien hiervan nog geen positief effect op het aantal vitale clubs.

Veranderingen 2016 → 2017

Van de in 2016 bekende vitale clubs zijn er 8 nog steeds vitaal en 2 niet meer vitaal (7 clubs hebben dit jaar niet deelgenomen).

Andersom zijn 4 clubs dit jaar vitaal die dit in 2016 nog niet waren. Van de overige 3 clubs is dit onbekend.

* Voor werving van vrijwilligers en financieel gezonde clubs is geen specifiek aandacht geweest, behalve 1-op-1 contact.



Definitie van een vitale badmintonclub:

- ledental afgelopen 2 jaar gestegen
- voldoende vrijwilligers
- financieel gezond



VORIGE

VOLGENDE