

Het Grote Ideeënboek voor Sportclubs

Inspiratie uit de praktijk

Er is een grote rijkdom aan kennis en ervaring aanwezig bij sportclubs. Daaruit is flink geput bij de samenstelling van *Het Grote Ideeënboek voor Sportclubs*. In dit kloeki boek worden praktijkvoorbeelden van honderden verschillende sportclubs gepresenteerd. Grote en kleine clubs, afkomstig uit alle windstreken en actief in de meest uiteenlopende takken van sport.

Het resultaat is een bundeling van briljante ideeën, ludieke acties, praktische tips en slimme trucs waarmee elke club zijn voordeel kan doen.

In het boek wordt aandacht geschonken aan alle aspecten van de organisatie van sportclubs:

- Bestuur en beleid
- Vrijwilligersmanagement
- Financiële huishouding
- Ledenwerving en -behoud
- Organisatie activiteiten en evenementen
- Maatschappelijke inzet
- Sponsoring
- Exploitatie kantine
- Beheer accommodatie
- Enzovoort, enzoverder

De praktijkvoorbeelden worden in het boek kort en pakkend beschreven. Voor aanvullende en meer gedetailleerde informatie kan de lezer terecht op www.nlsportclub.nl, het digitale platform van de stichting NL Sportclub.

NL Sportclub is opgericht door en voor bestuurders van sportclubs in heel Nederland. De stichting bevordert de uitwisseling van kennis en ervaring, en stimuleert de samenwerking tussen sportclubs. En dat over de grenzen van gemeenten heen en tak van sport overstijgend. Het boek daagt sportbestuurders uit om vaker en verder over de schutting te kijken, en meer van elkaar te leren. Het wiel hoeft immers niet steeds opnieuw te worden uitgevonden.

NLSPORTCLUB



9 789054 724056 >

ARKO SPORTS MEDIA
kennispartner voor sportprofessionals

HET GROTE IDEEËNBOEK VOOR SPORTCLUBS

Inspiratie uit de praktijk



HET GROTE IDEEËNBOEK VOOR SPORTCLUBS

Inspiratie uit de praktijk



NLSPORTCLUB

HET GROTE IDEEËNBOEK
VOOR SPORTCLUBS
INSPIRATIE UIT DE PRAKTIJK

Samenstelling en eindredactie: Jan Janssens
Research en redactie: Jan Janssens
Simon den Heeten
Jana Tuijelaars
Janna Buitenrust Hettema
Erik Driessen
Bas Jansen
Enrico Kolk
Ontwerp en opmaak: Mariska Offerman
Drukwerk: PreVision, Eindhoven
Uitgave: Arko Sports Media, Nieuwegein

Met het oog op een mogelijk vervolg op dit project, komen wij graag in contact met sportclubs die meer interessante praktijkvoorbeelden willen delen. Tips en suggesties zijn, evenals reacties op dit boek, van harte welkom. Mail: info@nlsportclub.nl

ISBN 978-90-5472-405-6
NUR 801

© 2018 Stichting NL Sportclub, Leiden

Behoudens uitzondering door de wet gesteld mag, zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende(n) op het auteursrecht, c.q. de uitgever van deze uitgave door de rechthebbende(n) gemachtigd namens hem (hen) op te treden, niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of anderszins, hetgeen ook van toepassing is op de gehele of gedeeltelijke bewerking. De uitgever is met uitsluiting van ieder ander gerechtigd de door derden verschuldigde vergoedingen voor kopiëren, als bedoeld in art. 17 lid 2. Auteurswet 1912 en in het KB van 20 juni 1974 (Stb. 351) ex artikel 16b., te innen en/of daartoe in en buiten rechte op te treden.

www.nlsportclub.nl

HET GROTE IDEEËNBOEK VOOR SPORTCLUBS

INSPIRATIE UIT DE PRAKTIJK

Jan Janssens



ARKO SPORTS MEDIA
kennispartner voor sportprofessionals

WOORD VOORAF

WOORD VOORAF

“Heb je dat gelezen in de krant? Bij ESTO organiseren ze een weekend met sport en spel voor de pupillen waarbij die kinderen allemaal blijven overnachten in het clubhuis. Zou het niet leuk zijn om ook zoiets te organiseren? Zullen we eens gaan kijken in Bodegraven?” Het is lang geleden, maar ik kan het me nog goed herinneren dat een van de leden van ons jeugdbestuur met dat voorstel op de proppen kwam. We gingen kijken, raakten enthousiast en organiseerden vele jaren ook zoiets bij onze voetbalclub. Het werd de traditionele opening van het nieuwe seizoen van WSE.

We pakten het steeds groter aan. Zo nodigden wij er in opeenvolgende jaren steeds andere kansarme groepen kinderen bij uit. Eerst kinderen met een handicap, toen kinderen van Vietnamese bootvluchtelingen en weer een jaar later kinderen van Turkse en Marokkaanse gastarbeiders. Die werden toen nog zo genoemd. Dat trok de aandacht. Er kwamen mensen van andere clubs bij ons kijken hoe we dat aanpakten.

Een aantal jaren later. De club was uit zijn jasje gegroeid. Het werd hoog tijd om het clubgebouw uit te breiden. We hadden veel handige mensen in de gelederen dus konden veel zelf doen, maar het bleef een hele investering. Waar haalden we het geld vandaan? “Misschien moeten we een grote loterij organiseren”, opperde iemand. Daar was weinig enthousiasme voor. Het was al eens eerder gedaan en geen onverdeeld succes geworden. Het onderwerp kwam ter sprake toen FC Lisse de zondag erna op bezoek kwam. De eerste teams voetbalden tegen elkaar in de competitie. Ik vroeg aan de secretaris van de club uit de Bollenstreek naar

hun ervaringen met financiële acties. Hij vertelde enthousiast over een grote loterij die zij hadden opgezet en die veel geld had opgeleverd. “Het belangrijkste,” zo hield hij mij voor, “is dat je het zo organiseert dat je met veel mensen loten verkoopt, want als je dat met te weinig mensen doet, raak je al gauw gefrustreerd.” In Lisse hadden zij duizend dure loten in verkoop gebracht en “het 10x10x10-systeem” toegepast, vertelde hij. Dat kwam erop neer dat ze tien mensen in de club hadden benaderd als verkoopcoördinatoren, die op hun beurt weer tien mensen als lotenverkopers hadden benaderd om elk tien loten te verkopen. En tien loten verkopen; dat was te overzien. We namen de tip ter harte. Het bleek een gouden tip. We wisten binnen twee weken tijd ook duizend dure loten te verkopen, herhaalden het kunstje nog twee keer en hadden voldoende geld in kas om de renovatie en nieuwbouw te bekostigen. We pakten het, ook publicitair, zo goed aan, dat verschillende sportclubs en zelfs een harmonie weer bij ons langskwamen om te informeren naar het geheim achter het succes.

Het zijn maar een paar voorbeelden van situaties waarin onze club leerde van een andere vereniging, en andere clubs leerden van ons. Er zijn er meer. Maar eerlijk gezegd kan ik nog veel meer voorbeelden voor de geest halen van eindeloos getob, van situaties waarin wij meenden het wiel zelf te moeten uitvinden.

In de loop der jaren ben ik als sportonderzoeker in contact gekomen met heel veel clubs, in alle hoeken van het land en in alle takken van sport. Ik ben bij clubs over de vloer geweest waar ik onder de indruk raakte van de organisatiekracht, maar ook bij clubs waar nog veel meer werd getobd dan bij mijn eigen vereniging in de slechtste dagen. Heel vaak bekwam mij het gevoel dat de clubs, goed georganiseerd of niet, zo veel meer profijt van elkaar zouden kunnen hebben dan in de praktijk het geval is. Gek genoeg kwam dat in gesprekken met sportbestuurders ook steevast naar voren. Het idee dat in sportclubs te vaak het wiel opnieuw wordt uitgevonden, wordt door de bestuurders van diezelfde sportclub breed gedeeld.

Dat gevoel gevoegd bij de overtuiging, nee de wetenschap, dat sportclubs van onschatbare betekenis zijn voor de samenleving en best een handje geholpen mogen worden, zijn de belangrijkste motieven achter het initiatief voor NL Sportclub en de samenstelling van dit ideeënboek.

Ik hoop van harte dat de uitwisseling van kennis en ervaring, de samenwerking en de bundeling van krachten die NL Sportclub beoogt bij veel sportclubs hun vruchten gaan afwerpen.

Graag bedank ik iedereen die op een of andere wijze heeft bijgedragen aan de totstandkoming van dit boek. Niet in de laatste plaats alle sportclubs waarvan de ideeën, acties, tips en trucs in dit boek zijn samengebracht.

Jan Janssens



INTRODUCTIE

GEZELLIGHEID • COMPETITIE • REVALIDATIE • PREVENTIE ZIEKTEN
MOTORISCHE ONTWIKKELING • ZELFONTPLOOIING
PLEZIER • CONDITIE • FITHEID • TALENTONTWIKKELING

SPORTCLUBS KUNNEN VEEL BETEKENEN VOOR DE SAMENLEVING

AGRESSIEREGULATIE • ONTSPANNING
SOCIALE CONTACTEN • GEZONDHEID
SOCIAAL KAPITAAL • GEZELLIGHEID
TROTS • IDENTIFICATIE • ZELFKENNIS
ZELFDISCIPLINE • WINNEN EN VERLIEZEN • LEEFBAARHEID
STATUS EN PRESTIGE • PARTICIPATIE • INTEGRATIE
SOCIALE WAARDERING • GEMEENSCHAPSZIN • OPVOEDING
SOCIALE COHESIE • COGNITIEVE ONTWIKKELING
VESTIGINGSKLIMAAT • CRIMINALITEITSPREVENTIE
MAATSCHAPPELIJKE BETROKKENHEID
LAAGDREMPELIG AANBOD SPORT EN BEWEGEN

GROTERE DIVERSITEIT LEDENBESTAND • CONSUMENTISME
STRENGERE EISEN BOND • HOGERE KWALITEITSEISEN
NIEUWE DOELGROEPEN • NIEUWE SPORTVORMEN
FLEXIBELE LIDMAATSCHAPPEN • INDIVIDUALISERING
MEER MAATSCHAPPELIJKE VERWACHTINGEN
SPORT ALS MIDDEL • DUURZAAMHEID • AANPAK MISSTANDEN
STEEDS KRITISCHERE EN MONDIGERE LEDEN
INZET VRIJWILLIGERS MINDER VANZELFSPREKEND
OUDERS DROPPEN HUN KINDEREN • OPLOPENDE KOSTEN

MAAR VEEL SPORTCLUBS HEBBEN HET BEST MOEILIJK

AANSPRAKELIJKHEID • PRIVATISERING GEMEENTELIJKE TAKEN
VERGRIJZING KADER • TOENAME COMPLEXITEIT
ONDERNEMERSCHAP VERLANGD • MEER CONCURRENTIE
TOENEMENDE REGELDRIK • INZET NIEUWE MEDIA
SAMENWERKING EN FUSIE • GROEIEND LEDENVERLOOP

COMITÉ VAN AANBEVELING



Marieke van Asten
Voorzitter
korfbalvereniging
SV Oxalis,
Horst aan de Maas



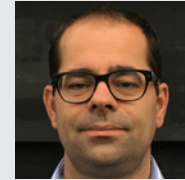
Bastiaan Buschman
Voorzitter
Algemene Groninger Studenten
roeivereniging Gyas



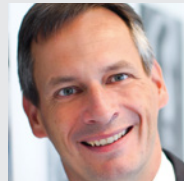
Ronald Esajas*
Voorzitter
voetbalvereniging
Zuidoost United,
Amsterdam



Claudia Floors
Voorzitter
gymsportvereniging
Penta Winterswijk



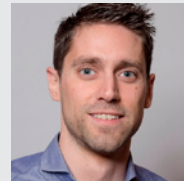
René Fondse*
Voorzitter
handbalvereniging
Delta Sport, Zierikzee



Joep de Groot
Voorzitter
hockeyvereniging
HC Oranje-Rood,
Eindhoven



Fleur van de Laar
Voorzitter
stichting sport voor verstan-
delijk gehandicapten Super-G,
Den Bosch



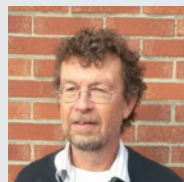
Alfred Maas
Voorzitter
volleybalvereniging
Next Volley Dordrecht



Sietse van der Mei*
Voorzitter
atletiekvereniging
AV Heerenveen



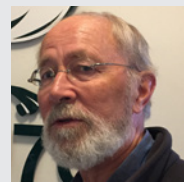
Peter van Nieland
Voorzitter
mountainbikeclub
Bar End, Apeldoorn



Helenus de Reus
Voorzitter
tennisvereniging
TC Bargeres, Emmen



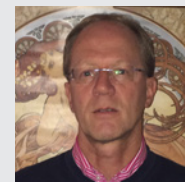
Joep Ritzen
Voorzitter
judovereniging
Judo Almelo



Aad van Schie
Voorzitter
tafeltennisvereniging
HTTV-070, Den Haag



Henk Staats
Voorzitter
badmintonvereniging
BV Almere



Rens Wisselo
Voorzitter
zwemvereniging
Aquarijn, Nieuwegein

* Oprichters en raad van toezicht

NL SPORTCLUB

Steeds breder wordt erkend dat sportclubs belangrijk zijn voor de samenleving. Toch hebben veel clubs het best moeilijk. Aan alle kanten worden de wensen en eisen opgeschroefd. De roep om innovatie klinkt. Het kader vergrijsst. En er zijn steeds meer concurrenten op de vrijetijdsmarkt. Er zijn gelukkig veel clubs die organisatorisch goed draaien, waar mooie initiatieven worden genomen en prima resultaten worden geboekt. Maar dat is allesbehalve vanzelfsprekend. Alle verenigingen kennen hun *ups and downs*. Het komt helaas ook regelmatig voor dat verenigingen het niet meer kunnen bolwerken. Ze heffen zichzelf op of gaan fuseren. Daardoor neemt het aantal verenigingen in een rap tempo af. In de afgelopen 25 jaar gaat het om een afname van maar liefst dertig procent.

Om alle uitdagingen en problemen het hoofd te bieden krijgen sportverenigingen advies en ondersteuning. Dat gebeurt vooral vanuit gemeenten, lokale en regionale sportservice-organisaties, en landelijke sportorganisaties. Maar ook die ondersteuning is niet altijd meer vanzelfsprekend. Er wordt door beleidsmakers soms openlijk getwijfeld aan het bestaansrecht of de toekomst van verenigingen. De clubs zouden te veel in zichzelf gekeerd zijn, en zich onvoldoende aanpassen aan de wensen van de hedendaagse sporter en de eisen van de tijd. Hoewel de meeste beleidsmakers daar genuanceerder over denken, richten zij hun aandacht, inzet en middelen in toenemende mate ook op andere sportaanbieders. Steeds vaker organiseren zij ook een eigen (soms concurrerend) sportaanbod.

Tegen deze achtergrond ligt het eigenlijk erg voor de hand dat sportverenigingen meer over de schutting kijken, meer met elkaar samenwerken, elkaar helpen en de krachten bundelen. Met het oog daarop is het initiatief genomen voor de oprichting

van NL Sportclub: een nieuwe community voor het bestuurlijk en organisatorisch kader van sportclubs in heel Nederland. Een gelijknamige stichting is in maart 2018 opgericht.

Het initiatief kent een breed draagvlak. Niet minder dan vijftien voorzitters van sportverenigingen actief in evenzoveel verschillende takken van sport en afkomstig uit alle provincies zijn hierbij betrokken.

De vijftien voorzitters gaan met hun club de kern vormen van een online netwerk dat het bestuurlijk en organisatorisch kader van alle sportverenigingen in Nederland gaat verbinden. Het doel van deze community: meer uitwisseling van kennis en ervaring, meer onderlinge advisering en dienstverlening, meer samenwerking. En dat alles over de grenzen van gemeenten heen en tak van sport overstijgend. Bij dit alles zal NL Sportclub vanzelfsprekend de samenwerking zoeken met sportorganisaties, sportservices, overheden, bedrijven en fondsen. Op lokaal, regionaal en nationaal niveau.

HET GROTE IDEEËNBOEK VOOR SPORTCLUBS

INSPIRATIE UIT DE PRAKTIJK

Er is een grote rijkdom aan kennis en ervaring aanwezig bij sportclubs. Daaruit hebben we flink geput bij de samenstelling van dit ideeënboek, dat de start markeert van NL Sportclub. Verderop in het boek presenteren we praktijkvoorbeelden van honderden verschillende sportclubs.

Het resultaat is een bundeling van briljante ideeën, ludieke acties, praktische tips en slimme trucs waarmee elke club zijn voordeel kan doen. Aan alle aspecten van de organisatie van sportclubs schenken we aandacht. We willen zo sportbestuurders uitdagen om vaker en verder over de schutting te kijken. En meer van elkaar te leren. Het wiel hoeft immers niet steeds opnieuw te worden uitgevonden.

De praktijkvoorbeelden worden heel beknopt beschreven. Op sommige gaan we voor de afwisseling iets uitgebreider in dan op andere, maar over alle voorbeelden valt sowieso veel meer te schrijven. Dat hebben we bewust niet gedaan. Met dit boek willen we sportbestuurders op ideeën brengen en inspireren, en niet tot in detail informeren. Voor meer informatie verwijzen wij naar het digitale platform dat tegelijk met het boek is gelanceerd. Elk boek heeft een unieke code die een jaar lang gratis toegang geeft tot het besloten deel van het platform. Daar bieden we niet alleen aanvullende informatie, maar geven we ook gelegenheid om vragen te stellen en in contact te komen met andere clubbestuurders.

De praktijkvoorbeelden in dit boek zijn verdeeld over twaalf thematische hoofdstukken. De indeling ligt vaak voor de hand,

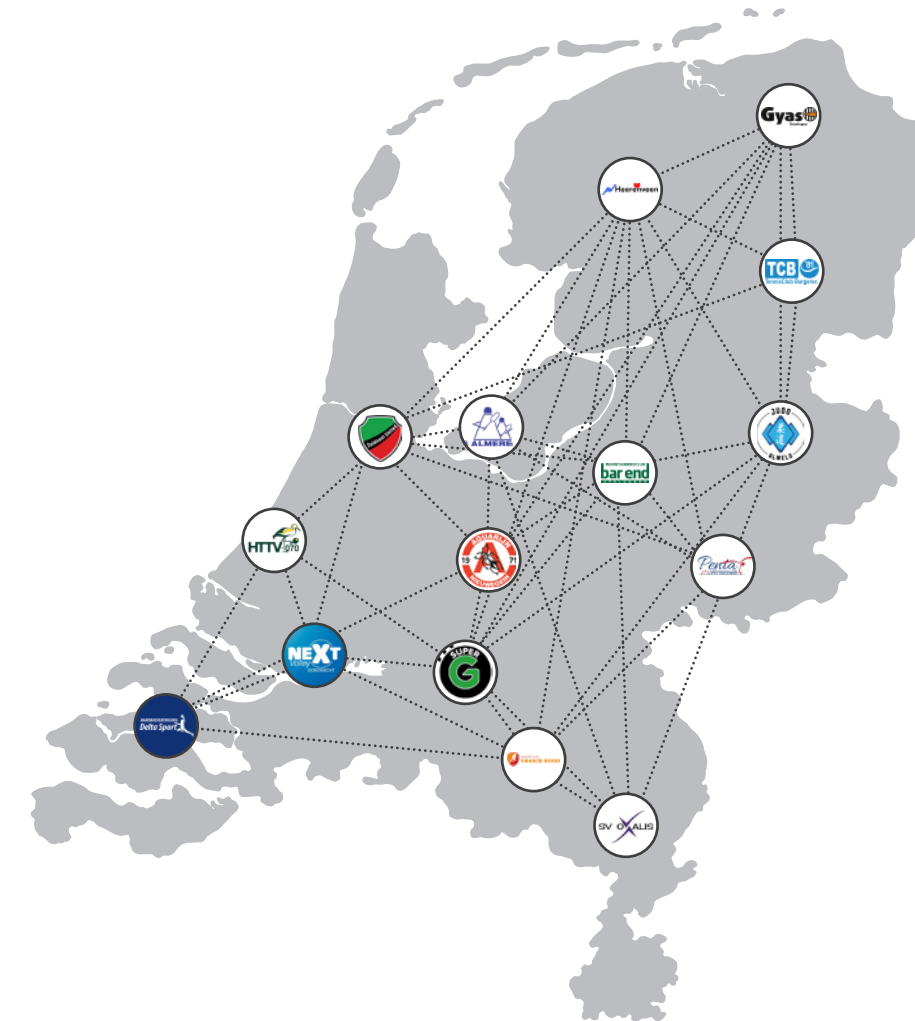
maar is ook weleens arbitrair. Veel voorbeelden passen namelijk onder verschillende noemers. Neem het voorbeeld van de tafeltennisclub die clinics heeft georganiseerd voor kleine mensen. Dat is nu in het hoofdstuk *Leden* geplaatst, want het gaat om een vorm van sportstimulering en ledenwerving. Maar het had ook prima gepast in het hoofdstuk *Maatschappij*. Het initiatief bevordert immers ook de sociale integratie van deze kwetsbare groep in de samenleving.

De gepresenteerde ideeën komen van grote en kleine clubs, van traditionele verenigingen, stichtingen, commerciële sportondernemingen, virtuele clubs, noem maar op. Ze komen uit alle windstreken en uit de meest uiteenlopende takken van sport. Overal hebben we activiteiten en praktijken gevonden die we de moeite waard vonden om te delen. Ideeën die bestuurders van andere clubs zouden kunnen inspireren. Om nieuwe initiatieven te nemen, zaken anders aan te pakken of hun organisatie te versterken.

Elke clubbestuurder die het boek doorbladert, zal ongetwijfeld praktijkvoorbeelden tegenkomen die bekend voorkomen, maar daartegenover staan vast en zeker veel meer nieuwe of vernieuwende ideeën.

Bij de selectie van praktijkvoorbeelden zijn we er niet van uitgegaan dat deze uniek, universeel toepasbaar en in alle opzichten perfect hoeven te zijn. Dat is gegeven de enorme diversiteit in de sportwereld ook niet mogelijk. Als we laten zien dat er clubs zijn die elk jaar een nieuw bestuur kiezen, drie voorzitters aanstellen of helemaal geen contributie in rekening brengen, wil dat niet zeggen dat elke club dat moet gaan doen. Wat

voor de ene club een goede aanpak is, hoeft dat immers niet voor de andere te zijn. We denken dat de praktijkvoorbeelden clubbestuurders aan het denken kunnen zetten over de eigen organisatie en het eigen beleid. Als dat ook maar een beetje lukt, als elke clubbestuurder die kennisneemt van de verzamelde ideeën in dit boek geïnspireerd raakt, al is het maar door één enkel idee, is de opzet geslaagd.



INHOUD

**01****LEDEN**

Ledenwerving en -behoud, aandacht voor specifieke doelgroepen, diversiteit, ledenbinding

21

**02****SPORTACTIVITEITEN**

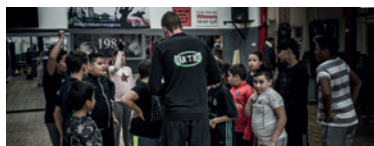
Verbreding en vernieuwing sportaanbod, sporten in bijzondere omstandigheden

43

**03****EVENEMENTEN**

Nevenactiviteiten, festiviteiten, kleine en grote evenementen

59

**04****MAATSCHAPPIJ**

Inzet voor gezondheid, welzijn, participatie, cultuur, sociale cohesie, integratie, goede doelen

75

**05****VEILIGHEID**

Veilig sportklimaat, respect en fair play, preventie en bestrijding misstanden

93

**06****ORGANISATIE**

Besturen, beleidsontwikkeling, vernieuwing organisatie, flexibilisering lidmaatschappen, differentiatie contributies

105

**07****KADER**

Kaderwerving- en behoud, opleiding en begeleiding, vergoeding en beloning, vrijwilligersmanagement

121

**08****SAMENWERKING**

Samenwerking met andere clubs, onderwijs en welzijnsinstellingen, overheden, belangenbehartiging

135

**09****FINANCIËN**

Investeren en financieren, fiscale regelingen, financiële acties, verkoop producten en diensten, crowdfunding

147

**10****SPONSORING**

Werving sponsors, subsidie- en fondsenwerving, bijzondere vormen van sponsoring, relatiebeheer

169

**11****ACCOMMODATIE**

Aanleg en inrichting, onderhoud en beheer, exploitatie, energie, milieu en duurzaamheid

181

**12****KANTINE**

Organisatie, exploitatie en beheer, Inrichting, assortiment, medegebruik

197

09

FINANCIËN

Investeren en financieren, fiscale regelingen, financiële acties,
verkoop producten en diensten, crowdfunding



Veilingen zijn populair bij sportclubs. Sommige organiseren er jaarlijks eentje, andere alleen bij speciale gelegenheden. Voor enkele verenigingen is de veiling een belangrijke bron van inkomsten. Neem voetbalvereniging SJC uit Noordwijk. Al sinds de jaren vijftig organiseert de club jaarlijks de Konijnenveiling. Toentertijd werden konijnen gehouden, vetgemest en tegen de kerst bij opbod voor de club verkocht. Tegenwoordig is het bieden op konijnen eerder uitzondering dan regel. De kavels komen bij de sponsors en de plaatselijke middenstand vandaan. De veiling is heel lucratief voor de club. De laatste keer bracht zij 89.000 euro op.

Het aardige van veilingen is dat zij niet alleen geld opleveren, maar ook veel hilariteit en gezelligheid met zich meebrengen. Zo ging in Noordwijk een paar geleden de kavel 'Schieten op het hoofdbestuur voor 8 personen' onder de hamer. Voetbalvereniging RKSv Sparta'25 uit Beek en Donk luisterde het negentigjarig bestaan van de club op met een veiling. Daar werd onder andere geboden op 'een uur friet en frikandellen eten met 20 personen' in de plaatselijke snackbar. "Door de veiling in de kantine te organiseren, draaiden we op deze avond ook nog een mooie baromzet", vertelt Roel Janssen, voorzitter van Sparta'25. Bij voetbalvereniging VV Nijnsel uit het gelijknamige dorp wordt de veiling

eens in de zoveel jaar georganiseerd met een specifiek doel. De voorlaatste keer was dat het nieuwe kunstgrasveld, afgelopen jaar het dak van de kantine. Deze club zoekt naar kavels binnen de eigen vereniging en vraagt elk team een originele kavel in te brengen.

Zo bieden de spelers van de selectie zich bijvoorbeeld aan om een avond te oberen op een feest en organiseren de gastvrouwen uit de kantine een wandeling inclusief lekkere maaltijd. "Zo'n veiling is wat voorbereiding betreft best een organisatie. Je moet voldoende kavels hebben en die moet je ook mooi presenteren", vertelt Wil Kremers van VV Nijnsel. Ook moeten er veilingmeesters worden gevraagd.



VEILING VOOR DE VERENIGING

LENEN VAN LEDEN

161 162 163 164 165

Bij grote investeringen wordt de financiering vaak geregeld via grote instellingen. Dat doen particulieren als ze een huis kopen en dat doen ook clubs als ze hun accommodatie gaan uitbreiden of renoveren. Ze lenen geld van de bank en krijgen dan een gunstige rente als de gemeente en/of het Waarborg-

fonds voor de Sport zich garant stelt voor de aflossing. Een goed alternatief voor deze vorm van financiering is om geld te lenen van de leden, de sponsors of anderen die de club een warm hart toedragen. Dat kan op verschillende manieren worden aangepakt. Vijf voorbeelden uit de praktijk.

161



“De meest obligaties zijn door ‘trouwe’ leden gekocht.”

- René van Leeuwen -

DOUCHEOBLIGATIES

Door de groei van de club de afgelopen jaren en de inschrijving van damesteams zijn de huidige twee kleedkamers waarover voetbalvereniging DCS uit Zevenaar beschikt niet meer voldoende voor een doorsnee wedstrijddag. Elke keer is het passen en meten om dames en heren verschillende kleedkamers te kunnen bieden en om alle spelers te kunnen laten douchen. Een tijdje geleden hebben grote verbouwingen al twee extra kleedkamers opgeleverd, maar helaas was er toen niet voldoende geld om deze ruimten ook van douches te voorzien. Hiervoor ontbrak zo’n 20.000 euro. Ideeën werden geopperd, suggesties bekeken en (on)mogelijkheden geïnventariseerd. Uiteindelijk heeft de vereniging gekozen voor de uitgifte van obligaties, om zo de lasten te verdelen over zo veel mogelijk mensen.

De club koos voor obligaties omdat DCS daar eerder goede ervaringen mee heeft opgedaan. Via een brochure werden alle leden geïnformeerd over de actie. “Door bewust voor een korte verkoopperiode te kiezen, hoopten we het streefbedrag snel binnen te halen”, vertelt René van Leeuwen, voorzitter van DCS. “In ons geval heeft dat zeker geholpen. Binnen vier maanden hadden wij het gewenste bedrag al binnen. De meest obligaties zijn door ‘trouwe’ leden gekocht.”

De obligaties kostten honderd euro per stuk. Na vijf jaar worden de eerste obligaties terugbetaald met een rente van drie procent per jaar. Via een periodieke loting bepaalt de club welke obligaties in de jaren daarna uitbetaald worden. Een belangrijk voordeel van relatief kleine leningen aan de club is dat deze in de praktijk vaak uitpakken als schenkingen. De meeste obligatiehouders, zo is de ervaring in Zevenaar, schenken de aflossing en/of de rente aan de club.

162



ZONNEPANELEN FINANCIEREN MET CONSUMPTIES AAN DE BAR

Golfclub Gaasterland is beheerder van de enige natuurgolfbaan in Nederland. De club uit het Friese Oudemirdum kreeg als eerste in Europa een Groenlabel, omdat natuur en milieu uitstekend gewaarborgd zijn op de 9-holesbaan. Het is bijna vanzelfsprekend dat zo’n club zonnepanelen op het dak van het clubhuis heeft om groene stroom op te wekken. Toch was dat nog wel een forse investering en was het geld daarvoor ook niet direct voorhanden.

Simon de Jong, secretaris van de golfclub: “Ons clubhuis is gebouwd op het zuiden, zodat we een zonnig terras hebben. Ook voor het opwekken van zonne-energie komt dat goed uit. Toen het idee daarvoor werd geopperd, hebben we berekend dat er op ons dak plaats was voor 176 zonnepanelen en dat we ongeveer 40.000 euro kwijt zouden zijn.” De investering verdient zichzelf terug, maar de kosten gaan voor de baten uit. Voor de club met een ledenbestand van ongeveer 300 mensen was 40.000 euro een forse investering.

Er werd een actie op touw gezet waarbij leden verleid werden om certificaten van 250, 500 of 1.000 euro te kopen, een lage rente te vergoeden en de aflossing van de lening te regelen

door de leden elk jaar een bedrag aan bartegoed te geven. Op die manier betaalden de leden eigenlijk een heleboel consumpties vooruit en kon de club meteen aan de slag met de opwekking van duurzame energie. Simon: “We konden dit doen omdat we de catering in eigen hand hebben en omdat de leden toch wel consumeren.” Het terugbetalen van certificaten van 250 en 500 euro gebeurt in vijf jaartermijnen, waarbij 52,50 euro respectievelijk 105 euro per jaar als bartegoed wordt teruggestort. De certificaten van 1.000 euro worden in tien jaartermijnen van 110 euro bartegoed terugbetaald. De leden konden deze aanpak wel waarderen: binnen twee weken stond het benodigde bedrag op de rekening van de penningmeester.

163



CROWDFUNDING MET OBLIGATIES

Vanwege het grote aantal leden van de club (bijna 2.000) was het voor hockeyclub Cartouche uit Leidschendam-Voorburg tot voor kort steeds weer puzzelen om de teams onder te brengen in de zaalhockeycompetitie van de bond. Een eigen blaashal zou een mooie oplossing zijn voor het gebrek aan zaalcapaciteit in de omgeving, zo bedacht de club. Maar daar hing wel een prijskaartje aan van zo'n 300.000 euro. De club besloot om het benodigde geld te lenen bij de achterban. De leden werden 'verleid' om obligaties te kopen van 1.000 euro.



Dankzij een uitgekiende publiciteitscampagne en door gebruik te maken van een kant-en-klaar crowdfundingplatform van SponsorVisie lukte het om binnen een mum van tijd het benodigde geld op te halen. Voorzitter Paul Spaargaren: "Belangrijk binnen zo'n actie is dat je moet pieken in een korte periode. Als je niet binnen korte tijd voldoende leden achter je krijgt, dan raakt het voor iedereen op de achtergrond. Je hebt dus veel publiciteit nodig: spandoeken, e-mails, flyers, items op de website, social media en de inzet van verschillende teams.



"Belangrijk binnen zo'n actie is dat je moet pieken in een korte periode."

- Paul Spaargaren -

Alle leden moeten weten waarom de hal zo belangrijk is. Dit heeft er bij ons toe geleid dat we al binnen tien dagen het streefbedrag haalden."

De obligatielening wordt in acht jaarlijkse termijnen terugbetaald en er wordt een rente van vier procent vergoed. Die rente is veel hoger dan de banken nu geven aan spaarders, maar lager dan de club zou moeten betalen bij een gewone lening. Bovendien wordt een gewone lening niet kwijtgescholden, terwijl de leden nog weleens afzien van de rente of de jaarlijkse aflossing zelfs laten zitten. Omdat de blaashal verhuurd kan worden aan de bond en omdat de leden instemden met een contributieverhoging, is de afbetaling van de lening sowieso geen probleem.

164



GROENCERTIFICATEN

Zonnepanelen op het dak van de sporthal, dat zagen ze bij USV Hercules wel zitten. Voor zo'n duurzaam idee is het inmiddels wel mogelijk om subsidie binnen te halen. Maar een belangrijk deel van de kosten moet sowieso worden gefinancierd. In plaats van geld te lenen bij de bank, heeft omnivereniging USV Hercules uit Utrecht de centjes bijeengesprokkeld door geld te lenen van de eigen leden.

Voor 500 euro per stuk werden zogenoemde groencertificaten verkocht. Honderd certificaten gingen in de verkoop en in no time waren ze uitverkocht. De club betaalt de leden een rente van drie procent over de geleende 500 euro. "Hierdoor ontstaat een win-winsituatie voor zowel de club als zijn leden: voor de leden is de rente hoger dan bij de bank, voor de club is de financiering goedkoper", vertelt bestuurslid Fons Visser. Bijkomend voordeel voor de club is dat leden de rente ook af en toe aan de club schenken.

De aflossing van de lening gebeurt door loting. Jaarlijks worden er tien groencertificaten uitgeloot. De eigenaren daarvan krijgen

het geleende geld met rente teruggestort. Zolang de rente bij de banken lager is dan die van de club, is het voor spaarders natuurlijk interessanter om de lening aan de club te laten doorlopen, maar omdat het bij iedereen van tevoren bekend was dat jaarlijks een deel van de certificaten wordt uitgeloot, doet niemand moeilijk over eerdere terugbetaling.

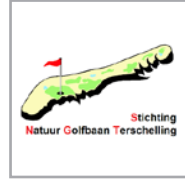
De vereniging betaalt de lening terug met het geld dat zij, dankzij de zonnepanelen, bespaart op het energieverbruik. 500 zonnepanelen leveren een opbrengst van 100.000 kilowattuur per jaar op en voorzien daarmee in een derde van de totale energiebehoefte van de club.



"Een win-winsituatie: voor de leden is de rente hoger dan bij de bank, voor de club is die juist lager."

- Fons Visser -

165



OBLIGATIELENING ÉN PERIODIEKE GIFT

Een nieuwe variant op de beproefde obligatielening is een obligatielening die gecombineerd wordt met een periodieke gift aan de club. Onder andere Rotterdamse Rugby Club en Golf Club Terschelling doen dat. De rugbyers hebben geld nodig voor wat zij “de vernieuwbouwing van het clubhuis” noemen. Of het clubhuis wordt verbouwd of vernieuwd is afhankelijk van de opbrengst van de campagne. Golf Club Terschelling – nu nog een club zonder eigen accommodatie – heeft veel geld nodig om een eigen golfbaan op het eiland aan te leggen.

Beide clubs zijn dit jaar gestart met het door SponsorVisie ontwikkelde Obligatieplan. Daarbij wordt optimaal gebruik gemaakt van fiscale vrijstellingen, waardoor de Belastingdienst flink meebetaalt om de ambities van de clubs te realiseren. De leden en sympathisanten die bereid zijn om de clubs geld te lenen, krijgen een forse rente in het vooruitzicht gesteld, maar moeten er ook voor tekenen dat zij ten minste vijf jaar lang de periodieke rente en/of aflossing (gedeeltelijk) teruggeven aan de club. Daardoor krijgt de club de beschikking over veel geld, dat maar gedeeltelijk hoeft te worden terugbetaald, terwijl de geldleners er financieel toch ook op vooruitgaan.

De clubs die gekozen hebben voor het Obligatieplan hoeven zich over de administratieve, juridische en fiscale aspecten geen zorgen te maken. Ze worden geadviseerd en ondersteund, maar bepalen zelf hoe groot de obligatielening is, tegen welke condities zij het geld willen lenen en hoe zij hun

obligaties onder de aandacht gaan brengen. De rugbyers willen 250.000 euro ophalen met obligaties van 1.000 euro. De golfers gaan voor 700.000 euro en bieden obligaties aan van 500, 1.000 en 5.000 euro.

Beide clubs maken gebruik van een digitaal platform waarop de achterban alle benodigde informatie kan vinden én zich kan inschrijven voor een obligatie. “Het platform opzetten heeft de club nul moeite gekost”, vertelt Peter de Witte, penningmeester van de rugbyclub. “We betalen daarvoor wel iets van de opbrengst, maar dat weegt niet op tegen de voordelen die we hieruit halen.” Bij het ter perse gaan van dit boek stond voor de rugbyclub de teller op 72.000 euro. De golfclub had inmiddels al 618.500 euro aan toegezegde leningen.



“Het platform opzetten heeft de club nul moeite gekost.”

- Peter de Witte -

166



BEDRIJVENMIXTOERNOOI

Elk jaar is het voor het softbalteam van omnisportvereniging Olympia Haarlem de vraag of ze gaan meedoen aan de Europacup. Kwaliteit is er meestal voldoende, maar het ontbreekt nog weleens aan geld om de reiskosten te dekken. Daarom organiseert het eerste team zelf een fundraisingevenement: het Bedrijven Softball Mix Toernooi. Hierin spelen bedrijven- en gelegenheidsteams een softbaltoernooi. Voor 25 euro per persoon krijgt het team, bestaande uit minimaal tien spelers, naast de sportieve uitdaging ook een lunch en een barbecue aangeboden.

Er zijn nu twee geslaagde edities achter de rug. Er speelden ongeveer vijf teams mee en het leverde circa 2.000 euro op. Een van de organisatoren, pitcher Mariëlle Vleugels, geeft aan hoe er te werk is gegaan: “Eerst zoeken we een datum. Dan benaderen we veel sponsors. Dat doen we persoonlijk. Het helpt om je gezicht te laten zien. Zij schrijven zich

in om mee te doen. Wij regelen sponsoring voor de barbecue en halen ook nog wat geld op tijdens de dag zelf, bijvoorbeeld door de verkoop van muffins of door een loterij.” Het zijn gezellige evenementen waarbij het niet alleen om de sportprestatie draait. Zo wordt ook een prijs uitgelooft voor het team dat het meest origineel uitgedost is.

POOLPARTY

De masters van zwem- en poloclub De Spatters uit Beilen organiseerden een ‘poolparty’ om geld in te zamelen voor hun afvaardiging naar de EK Masters in Londen. De gemeente werkte enthousiast mee. Het zwembad, dat normaliter gesloten is op zondagmiddag, bleef voor deze gelegenheid open en alle attributen konden gebruikt worden.

Ongeveer 130 kinderen kwamen op de party af. Tegen betaling mochten zij een hele middag meedoen aan allerlei spelletjes in en rond het bad. Onder het toezien van een clownsduo gingen de kinderen over de loopmat het water in. Ze deden onder andere ook een glijbanenrace en doken in het water naar munten. In de aanloop naar de activiteit was geopperd om niet alleen geld in te zamelen,

maar ook nieuwe leden te werven. Dat bleek een gelukkige combinatie. Albertje van Veen, trainer van de masters, spreekt van “een echte win-win-win-situatie”. De kinderen vermaakten zich opperbest en kwamen op een gezonde manier in beweging, de club kreeg er meer dan tien nieuwe leden bij, de masters haalden geld op voor hun reis en er meldde zich ook nog een nieuwe sponsor.

167



168



STEMMEN TELLEN

Leden van vier sportverenigingen uit 's-Hertogenbosch hebben bij de verkiezingen voor de Tweede Kamer in maart 2017 geholpen met het tellen van de stemmen. In totaal togen niet minder dan 180 leden van atletiekvereniging OSS-VOLO, voetbalvereniging SV CHC, badmintonvereniging BCH en basketbalvereniging EBBC naar negentig verschillende stembureaus. De gemeente is blij met alle stemmentellers. De clubs ook, want die verdienen daar geld mee. Een sportconsulent van de gemeente benaderde de clubs met de vraag of zij stemmentellers wilden aanleveren. Per teller kreeg de vereniging een bijdrage van 35 euro.

Basketbalclub EBBC bracht de actie op verschillende manieren onder de aandacht van de leden, vertelt penningmeester Angelique Schuurmans: "Middels de groepsapp van de trainers, onze Facebookpagina, en door vrijwilligers, leden en ouders persoonlijk aan te spreken hebben we 36 mensen enthousiast gekregen om voor onze vereniging een avondje stemmen te gaan tellen. We hebben alle tellers voorzien van de benodigde informatie en hen ingedeeld op de door de gemeente aangegeven stembureaus. Op de verkiezingsavond zelf stond een contactpersoon van EBBC stand-by om eventuele problemen op de stembureaus direct op te lossen."

PIETENBEZORGDIENTST

De jeugdcommissie van korfbalclub KIOS uit Ruinerwold organiseert elk jaar de Pietenbezorgdienst. De Drentse club levert deze dienst op 5 december, maar wanneer er veel vraag is voor een andere datum worden er ook wel uitzonderingen gemaakt. Voor 7,50 euro komen twee zwarte pietten langs op het gewenste adres. Deze twee pietten zorgen ervoor dat de kinderen een onvergetelijke pakjesavond hebben. Laura Dekker, lid van de

jeugdcommissie, legt uit hoe het in zijn werk gaat: "Ouders kunnen van tevoren een verhaaltje doorsturen met informatie over de kinderen, waarvan de pietten gebruikmaken. De pietten zingen liedjes met de kinderen en pakken samen het eerste cadeautje uit. De mensen kunnen van tevoren de cadeautjes op een afgesproken plek leggen, zodat de pietten de pakjes mee naar binnen kunnen nemen. Het is elk jaar weer een succes."

169



170



BOODSCHAPPEN INPAKKEN

Jonge voetballers van SV de Vecht hebben in hun dorp Loenen aan de Vecht laten zien dat ze meer kunnen dan doelpunten scoren. Op een zaterdagmiddag hebben ze, gestoken in het clubtenu, de klanten van een lokale supermarkt geholpen bij het inpakken van de boodschappen. De klanten doneerden op hun beurt gul voor het Jeugdplan 2020 van de voetbalvereniging, waarin de sportieve ambities van de club voor de toekomst staan opgesteld.

Rik Ruts, organisator van de boodschappenactie: "We hebben contact gezocht met de winkelier en ons jeugdplan ter sprake gebracht. De mensen van de supermarkt waren meteen enthousiast en gaan

het jeugdplan de komende drie jaar ondersteunen. In het kader daarvan hebben we deze actie opgezet. Daarbij sneed het mes aan meer kanten. We haalden geld op, vestigden de aandacht op het jeugdplan en op de samenwerking met de supermarkt."

In de nieuwsbrief van de club en in de plaatselijke pers werd de actie ruim van tevoren aangekondigd. In amper twee uur tijd doneerden de klanten ruim 250 euro voor het jeugdplan. De klanten konden de actie wel waarderen en de jeugdspelers van de twee teams die meehielpen, vonden het ook leuk om te doen.

LEGE FLESSEN OPHALEN

In het Gelderse dorpje Loo, onder de rook van Arnhem, gaan jeugdige voetballers en handballers van omnivereniging SV Loo aan het begin van het nieuwe jaar huis aan huis om lege flessen op te halen. Zo kort na de feestdagen levert dat de club een leuk extraatje op. Het is een even simpele als doeltreffende actie. Leden van de jeugdcommissie verdelen de straten en gaan elk met een handvol

kinderen op stap. Die verzamelen de flessen in een bolderkar, een winkelwagentje of in de kofferbak van een auto. Alle flessen worden in grote zakken gedaan en met een aanhanger naar een groothandel in de omgeving gebracht, waar alles gesorteerd wordt en de club het geld in ontvangst neemt. De inzamelingsactie levert elk jaar een bedrag van 500 tot 600 euro op.

171



172

AUTO'S WASSEN

Een klassieker in het genre 'heijte voor een karweitje': auto's wassen voor de club. Het gebeurt op verschillende plaatsen, onder andere in Asten. De dames van korfbalvereniging DOS uit Heusden begonnen er ooit mee in een ludieke bui. Inmiddels is de carwash

uitgegroeid tot een jaarlijks terugkerende actie van fusieclub KV ODC, waar DOS in opging. Leden van zestien jaar en ouder zetten zich hiervoor in. "Voor slechts vijf euro is uw auto weer als nieuw!" belooft de club.



GALADINER

Gezellig, maar vooral ook lucratief: dat was het galadiner dat voetbalvereniging SV Spakenburg in het najaar van 2017 organiseerde. Voor de gelegenheid was de lokale sporthal omgetoverd tot feestzaal. Voor 75 euro per couvert konden de gasten aan-

schuiven voor een culinair diner met entertainment. Tussen de verschillende gangen door vonden ook nog een lucratieve veiling en een loterij plaats. Alles bij elkaar leverde deze avond het riante bedrag van ruim 140.000 euro op!

173



174

KERSTBOMEN OPHALEN

Bij de Denekampse voetbalvereniging SDC'12 begint het jaar altijd goed. Dan zet de hele club zich in om kerstbomen op te halen. De laatste keer kwamen niet minder dan 150 jeugdspelers en veertig volwassen begeleiders van de Twentse club in actie. Met zestien trekkers en platte wagens

struinde de club heel Denekamp en omgeving af. Voor vijf euro per stuk haalden ze de bomen op. De bewoners stellen het duidelijk op prijs dat ze niet zelf met hun boom hoeven te slepen, of ze dragen de club een heel warm hart toe. De opbrengst was bijna 4.300 euro.



175



LOTEN VERKOPEN

Voetbalclub RKVV JEKA uit Breda doet zijn naam eer aan. De afkorting JEKA staat voor Jeugdig Enthousiasme Kan Alles. Bij de Grote Clubactie laten de Brabanders zien waartoe de jeugd van de vereniging in staat is. JEKA behoorde de afgelopen jaren tot de clubs die de meeste loten verkochten. Met de opbrengst kan de club elk jaar een mooi bedrag investeren in de jeugd afdeling van de club. Zo is er bijvoorbeeld een pannaveld aangelegd en zijn allerlei jeugdactiviteiten georganiseerd. De kracht van de Grote Clubactie is eenvoudig te duiden: met relatief weinig inspanningen wordt veel geld binnengehaald voor de club. De loten zijn niet zo duur (drie euro), dus makkelijk aan de man te brengen. En omdat liefst tachtig procent van de verkoopprijs naar de penningmeester gaat, kan er toch veel worden verdiend voor de club. Bij JEKA was dat in de afgelopen vier jaar bij elkaar wel 65.000 euro.

Voorzitter van de communicatiecommissie Jacques Goossens noemt drie succesfactoren: organisatie, communicatie en stimulansen. "We hebben een werkgroep die de actie coördineert en de hele club enthousiast maakt om mee te doen. Die richt zich vooral op de leiders van de elftallen. Zij kunnen als geen ander de jeugd motiveren en ouders informeren over de actie. We laten daarnaast heel duidelijk zien waar het geld naartoe gaat. En om de lotenverkopers te stimuleren stellen we prijzen beschikbaar. Zo mag elk team dat een bepaald aantal loten weet te verkopen naar een thuiswedstrijd van NAC en krijgt het best verkopende team een clinic van een bekende trainer. Dit jaar is dat Robert Maaskant. Ook individuele topverkopers worden in het zonnetje gezet en krijgen leuke prijsjes."

Jacques denkt dat de opbrengst bij de jeugd niet veel hoger meer kan, maar ziet nog wel kansen om meer binnen te halen door, bijvoorbeeld via de selectie spelers, meer zogenaamde Superloten te verkopen. Een Superlot vertegenwoordigt vijftig reguliere loten die bedrijven kunnen kopen en uitdelen aan hun medewerkers of klanten. "Dat is ons speerpunt voor de komende jaren."



"Een werkgroep maakt de hele club enthousiast."

- Jacques Goossens -



ALLE BEETJES HELPEN

176 177 178 179

Crowdfunding is hot. Ook sportclubs kunnen daarvan profiteren. Zij hebben immers al een belangrijke crowd in huis:

de leden en sympathisanten van de club. Maar hoe kun je die mobiliseren? Vier inspirerende voorbeelden.

176

STOELTJESVERKOOP

De Apeldoornse voetbalvereniging AGOVV bekostigde de renovatie van haar historische houten tribune met een crowdfundingactie. De liefhebbers van het sportieve erfgoed, dat uit 1924 stamt, konden voor een bedrag van honderd euro een stoeltje sponsoren. De gulle gevers worden geen eigenaar van de stoeltjes, maar krijgen wel enkele jaren vrij entree bij de wedstrijden van het eerste elftal. Daarnaast worden hun namen vereeuwigd op een plaquette.



178



BAANDELEN

Omdat de spaarrente bij de bank al tijden erg laag is, brengen steeds meer mensen hun geld naar de beurs. Dat zal de atletiektak van Voorschoten '97 wellicht

hebben geïnspireerd om een handeltje in baandelen op te zetten. Om haar nieuwe atletiekbaan te financieren verkoopt de vereniging baandelen. Voor honderd euro kan één meter van de nieuwe atletiekbaan worden gekocht. Elke koper gaat met een stukje van de baan op de foto. Daar zorgt de meter-opnemer van de club voor.

177



TEGENPRESTATIES

Deelname aan de Europacup is leuk en eervol, maar ook kostbaar. Dames 1 van hockeyvereniging AH&BC uit Amsterdam werd in 2014 zowel in de zaal als op het veld kampioen. Dat betekende tweemaal meedoen aan de Europacup. Om dat te bekostigen heeft het team geld ingezameld via een crowdfundingplatform. Ze maakten een presentatievideo, schreven webteksten en bedachten en leverden tegenprestaties. Via het platform boden zij de volgende eigen producten en diensten aan: techniek-instructievideo's (20 euro), meelopen in de line-up (25 euro), en deelname aan een looptraining voor tien tot vijftien personen (750 euro).

179



LEGOKANTINE

Voor de verbouwing van de kantine van voetbalvereniging Oliveo in Pijnacker was veel geld nodig. Het bestuur ging brainstormen over een manier waarop dat kon worden ingezameld. Nadat eerst allerlei traditionele opties waren besproken, werd het idee geopperd om een legokantine te bouwen. Door geld in te leggen zouden de leden enerzijds kunnen bijdragen aan de verbouwing en anderzijds mee kunnen helpen aan de bouw van een legokantine. Op die manier zou heel zichtbaar worden hoe de voortgang was.

Tijdens de nieuwjaarsreceptie legde het bestuur formeel de eerste legosteent. Daarna was het aan de leden. De nieuwe kantine werd aan de hand van de bouwtekening helemaal op schaal nagebouwd met behulp van lego. Elk legoblokje kostte twee euro. Ook legopoppetjes waren te koop. Voor tachtig euro kon iedereen een poppetje met de eigen naam daarop in de legokantine plaatsen. De inzamelingsactie liep als een trein. "We hoorden op de club nooit meer iets over de echte kantine, er werd alleen nog maar over de legokantine gesproken", vertelt oud-secretaris en initiatiefnemer Marcel Buzing. Je kon het zo gek niet bedenken of het moest in de legokantine komen. Jeugdleden wilden een poppetje met hun eigen naam, bij voorkeur op het dak van de kantine. Seniorenteams wilden

kunnen tafelvoetballen of klaverjassen in de legokantine. Als er voldoende geld beschikbaar werd gesteld, kon dat ook. Dan begon een zoektocht op de legomarktplaats. "Dat was flink zoeken. Maar je kunt je niet voorstellen wat daar allemaal te koop is", aldus Marcel.

Uiteindelijk heeft de legokantine voor Oliveo 65.000 euro in het laatje gebracht. Hiervan werd een slordige 2.500 euro uitgegeven aan lego. De prachtige legokantine kreeg een ereplekje in de verbouwde kantine van de club.



VERKOOPACTIES

180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190

191 192 193 194 195 196 197 198 199 200

De kosten gaan omhoog, de subsidies omlaag. Toch lukt het veel clubs om de contributies laag te houden en de begroting rond te krijgen. Om extra activiteiten, nieuwe materialen, renovaties of uitbreidingen van het complex te bekostigen worden vaak financiële acties ondernomen.

Veel verenigingen hebben één of meer jaarlijks terugkerende verkoopacties. De verscheidenheid op dit vlak is buitengewoon groot. In vogelvlucht laten we hier een twintigtal zeer uiteenlopende voorbeelden uit de verenigingspraktijk passeren.

180



WORSTENBROODJES EN KERSTBOMEN

Het is in Brabant traditie om op kerstavond worstenbroodjes te eten. Even traditioneel is de verkoopactie van worstenbroodjes en kerstbomen door voetbalvereniging ZSC Westerhoven. De club uit De Kempen gaat met de worstenbroodjes langs de deur. De kerstbomen kunnen bij de kantine worden uitgezocht.

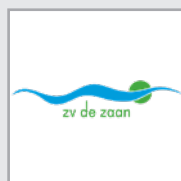
181



BLOEMBOLLEN

In de Kop van Noord-Holland gaat elk jaar een groot aantal vrijwilligers op pad om hyacintbollen aan de man te brengen en daarmee de clubkas van tafeltennisvereniging TTV Duintreffers aan te vullen. De laatste keer werd daarmee in Schoorl en Groet ruim 1.500 euro voor de club verdiend.

182



SPECIAALBIER

Hoop doet leven! Dat moet de Zaanse zwemvereniging ZV de Zaan gedacht hebben toen zij pakketten speciaalbier in de verkoop nam. Het bier was afkomstig van brouwerij Hoop, een van de clubsponsors. Niet ver daarvandaan brouwde hockeyclub HC Abcoude ter gelegenheid van het veertigjarig bestaan een eigen biertje: de SCOOP. "Het is een pilsachtig biertje met een bite, door het vleugje rode peper dat erin verwerkt is", zo is op de website van de club te lezen.



183



KIPPENBOUTEN

Korfbalvereniging KV Roreko uit IJhorst en De Wijk (Drenthe) is misschien wel de enige sportvereniging in Nederland met een heuse Kipcommissie. Deze leidt de jaarlijkse verkoopactie van kiprollades, kippenbouten, tv-sticks en kipnuggets in goede banen.

184



ROOKWORST

In Overijssel zijn veel sportclubs die rookworsten verkopen. Onder andere volleybalvereniging Tornax uit Ruurlo verdient elk jaar aan de verkoop van ambachtelijke rookworsten en metworsten van een lokale keurslager.

185



KALENDERACTIE

Overal in het land zijn clubs te vinden die een eigen kalender uitbrengen om de clubkas te spekken. Handbalvereniging Fortissimo uit Cothen (provincie Utrecht) is er een van. Haar kalender wordt al 35 jaar gedecoreerd met twaalf schilderijen en tekeningen van de Cothense kunstenaar Hans Scholman. De jaarlijkse actie is de belangrijkste inkomstenbron voor deze kleine vereniging.

Voetbalvereniging SV Grol uit Groenlo heeft voor een ander concept gekozen. Tweemaal achter elkaar werd een scheurkalender uitgebracht met humoristische bijdragen van eigen leden en kortingsbonnen en aanbiedingen van bedrijven.

Het eerste damesteam van voetbalvereniging VV Stroe uit het gelijknamige dorp gaf weer een andere invulling aan de kalender. Om hun steentje bij te dragen aan de bouw van een nieuwe tribune waren zij bereid om te poseren voor een 'pikante' kalender. Een beetje gewaagd op De Veluwe, maar het bleef netjes. Het resultaat was "op een leuke manier prikkelend" zo was te lezen in de *Barneveldse Krant*.

De studenten van de Groningsche Cricket & Hockey Club (GCHC) gingen een stapje verder. Zowel de mannen als de vrouwen gingen uit de kleren voor een kalender die bij een lustrum werd uitgebracht.

OLIEBOLLEN IN NOVEMBER

In Breukelen kijken ze bij de plaatselijke FC het hele jaar uit naar de winter. Jaarlijks wordt rond eind november de kantine gebruikt om olieballen te bakken. Deze zijn erg in trek. Zo erg dat er meer dan 10.000 van worden verkocht. De opbrengst komt ten goede aan de jeugdafdeling. De jeugdleden helpen ook mee met de verkoop: zij gaan langs de deuren. Daarnaast zijn er verschillende verkooppunten, onder andere op de markt.

Olieballenkoning Wim van Weerdenburg (70+) bakt samen met andere vrijwilligers al jaren met liefde de olieballen voor de club: "Wij zijn in november een volle week bezig, maar het levert veel op. De

club heeft er eerder bijvoorbeeld kleine doeltjes voor zeven-tegen-zevenvoetbal van gekocht en dit jaar een pannakooi. Het is een vorm van teambuilding voor de hele club. De jeugd leert dat vrijwilligerswerk belangrijk is en iets kan opleveren. Sponsors zorgen ervoor dat olieballen worden uitgedeeld bij verzorgingshuizen en voedselbanken." De olieballen gaan per vijf stuks voor drie euro van de hand. Dit is een mooi aantal en een acceptabele prijs, zo heeft de club gemerkt. Er wordt bewust niet in de week voor de jaarwisseling gebakken, vertelt Wim. "Vind maar eens vrijwilligers die in die week kunnen." Bovendien, zo weet hij uit ervaring: "Olieballen smaken ook prima in november."

186



187

RV & PC
Ottersum

APPELEN

Rijvereniging en Ponyclub Ottersum houdt jaarlijks een appelactie. Leden van de club uit Noord-Limburg verkopen die in zakken van twee kilo huis-aan-huis in Ven-Zelderheide en Ottersum.

188



PIZZA

In Driebergen brengen de selectie spelers van korfbalvereniging Dalto geld in het laatje door pizza's te bakken en te verkopen. De laatste keer dat de goed op elkaar ingespeelde pizzabakkers in actie kwamen, leverde dat de club netto bijna 1.000 euro op.

189



POTGROND

Als de lente komt, dan is het in Doesburg weer tijd voor de jaarlijkse potgrondactie van waterpolo- en zwemvereniging DWV. Medio februari gaat de club langs de deuren om bestellingen op te nemen. Begin maart is het sjouwen geblazen. Dan worden de zakken potgrond bezorgd.

190



KAAS

Voetbalvereniging UDI '19 uit Uden voerde tweemaal achtereen de actie 'Say Cheese'. De club verkocht honderden kilostukken Goudse kaas, beschikbaar gesteld door een lokale supermarkt. De helft van de omzet was voor de eigen jeugd, de andere helft voor een goed doel.

191



KERSTSTUKJES

Creatief met snoeiafval, dat zijn de vrijwilligers van voetbalvereniging Oranje Blauw '15 uit Posterholt in Limburg. Zij maken elk jaar weer kerststukjes waar de jeugdleden van de club mee langs de deur gaan in Posterholt en Vlodrop.

192



EIEREN

Pasen is een mooie gelegenheid om eieren te verkopen. Voetbalvereniging SP Neede uit het gelijknamige dorp in de Achterhoek doet dat al een paar jaar met succes. De laatste keer werden huis-aan-huis meer dan 8.000 eieren verkocht. De leden bestelden er zelf ook nog eens 5.000.

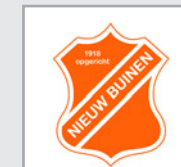
193



SOEP

In Nieuwkoop (Zuid-Holland) gaat de jeugd van volleybalvereniging Waterlanders met emmertjes snert langs de deur. De erwtensoep met worst is afkomstig van een lokale keurslager en kost zes euro.

194



KNIEPERTIES EN BOLUSSEN

Lokale en regionale specialiteiten doen het altijd goed in de verkoop. Bij voetbalvereniging Nieuw Buinen bijvoorbeeld bakken ze elk seizoen Drentse kniepertjes. Dan gaat er maar liefst 1.000 kilo deeg doorheen. De verkoop van de wafeltjes loopt via de plaatselijke middenstand. In Zeeland worden uiteraard bolussen verkocht. Dat gebeurt onder andere in Poortvliet en Scherpenisse door de jeugdleden van voetbalvereniging SPS.



195



ALLEDAAGSE AARDAPPELEN

Aardappelen staan in veel huishoudens bijna dagelijks op het menu. Daar is dus altijd behoefte aan. De Groningse voetbalclub SC Loppersum speelt daar met zijn jaarlijkse aardappelverkoopactie slim op in. Bij buurman boer Huijzing worden aardappelen ingekocht. Deze worden verkocht in Loppersum, Wirdum en Garrelsweer. Sponsors laten hun bedrijfsauto's gebruiken om de vele kilo's aardappelen te vervoeren naar de mensen. In totaal wordt zo'n 6.000 kilo aardappelen verkocht. Een groot succes dus, want op elke verkochte aardappel maakt SC Loppersum een kleine winst. In totaal levert het de club meer dan 2.000 euro op. Daarnaast heeft ook de Voedselbank baat bij de actie. Er worden namelijk ook aardappelen gedoneerd aan de Voedselbank van Delfzijl. Het afgelopen jaar was dit zo'n 450 kilo.

De club gaat met zo'n dertig tot vijftig leden langs de deuren. Ook de bejaardencentra in het dorp worden bezocht, vertelt secretaris Koos Knoop: "Voor bejaarden maken we kleinere zakjes, omdat zij vaak niet zo veel eten. Bejaarden, maar ook andere mensen waarderen het dat we langskomen met de aardappelen, dat maakt het een succes."

MET TOILETPAPIER LANGS DE DEUR

Handbalvereniging Grol heeft een bijzondere verkoopactie. Onder het motto 'De wc-rol koopt u bij HV Grol' brengen leden van de club uit Groenlo elk jaar toiletpapier aan de man. Voor 7,50 euro krijgt de koper 24 rollen van drielaags wit toiletpapier. De actie loopt een paar weken en in die tijd worden honderden bestellingen geplaatst. Leden van de club leveren de rollen hoogstpersoonlijk af.

Maar waarom nou toiletpapier? Voorzitter Lucie Hulshof: "Je zoekt toch naar een uniek product, iets dat nog niet gedaan wordt. Wij hebben de wc-rol." Hoewel iedereen toiletpapier gebruikt en het een origineel actieartikel is, is de wc-rol toch geen gemakkelijk product, vertelt Lucie: "Sommige leden hebben er wat moeite mee om wc-rollen te verkopen. Maar ook die sporen wij aan om toch mee te doen. Je moet het met zijn allen doen. We benadrukken dat we de opbrengst gebruiken voor trainingspakken, trainingsmaterialen of de financiering van het beachveld. Dus ze weten dat er ook iets tegenover staat."

Behalve de club wordt ook de Voedselbank beter van de actie, want dat is de bestemming van het toiletpapier dat overblijft.

196



197



BAKLEVER- EN BLOEDWORST

Iedere regio heeft zo zijn eigen specialiteiten. De activiteitencommissie van voetbalvereniging MVV'29 uit Harbrinkhoek verkoopt elk jaar baklever- en bloedworst. Dat valt misschien niet overal in de smaak, maar in Twente kun je daarmee aan de deur komen.

198



BOTERLETTERS EN KERSTSTOLLEN

De donkere decemberdagen worden door veel clubs benut voor de verkoop van sint- en kerstlekkernijen. Zo houdt tafeltennisvereniging Smash'76 uit Sint-Annaland op Tholen in samenwerking met een warme bakker traditiegetrouw een boterletteractie, en verdelen vier verschillende sportverenigingen de straten van Holten in Overijssel als ze gaan venten met kerststollen en -kransen.

199



GEZOND PAKKET

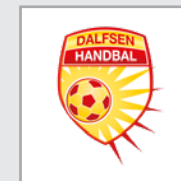
Voetbalvereniging SV ONDO uit Heusden probeert de club en de omgeving gezond te houden. Zij verkoopt 'gezonde pakketten', tassen met producten die land- en tuinbouwbedrijven uit De Peel aan de club schenken. Voor vijf euro kunnen bewoners de club steunen en een pakket kopen. Afgelopen jaar gingen er 655 van de hand.

200



SHAMPOO

Niet seizoengevoelig en ook niet aan bederf onderhevig is de clubshampoo die sportverenigingen soms verkopen. In Dalfsen waren een tijdje terug zelfs drie clubs die hun eigen shampoo verkochten: Tophandbal Dalfsen en de voetbalverenigingen ASC'62 en SV Dalfsen. Behalve door de betreffende clubs werd de shampoo ook verkocht door een lokale supermarkt. Daar stonden de shampoos in de verschillende clubkleuren naast elkaar in het schap.



Veel dank aan de clubs voor alle goede ideeën, ludieke acties, tips en tricks die wij in dit ideeënboek hebben verzameld.

AFC Quick 1890, AGOVV, AH&BC, Alecto, Alexandria '66, All Inn Fitness & Health, Almeerse HC, Altis, Amicitia, ANWB Golf, APIH, Aristos, Armixtos, ASC Nieuwland, ASC'62, ASV Arsenal, ASW, AthenA, AV'56, AV Daventria 1906, AV SPARK, AZC, Badmintonvereniging Sloterveer, BAN, BAV, BCH, Badmintonvereniging Ruinen, BC Andijk, BC Gieten, BC Medemblik, BC Wognum, BC Woods, Beachsport Vereniging Werkendam, Bedaf, BFC, Blauw Geel '38, Bredase Rugby Club, Budo Hans Roos, Budo Ryu Rotterdam, Budo Sport Arnhem, BV Gelre, BW'27, CKC Kinderdijk, CKC THOR, CLIAS, Crackerjacks, Crescendo, CrossFit Hoogvliet, CS030, CSV Kracht en Vriendschap, CTWT, CVW Blauw Wit '34, CVW Sparta, CVW Zwervers, Dalto, De Hackleplayers, De IJssel, De Ronde Venen, De Runderuiters, De Veluwe Boys, Delta Sport, DES Swalmen, Drachtster Mixed Hockey Club de Graspiepers, DSG, DWA, DWO'15, DWV, DZC'68, E&O, EBBC, Edese IJsvvereniging, Eindse Boys, F.C. de Bilt, Faja Lobi KDS, FC Axel, FC Breukelen, FC Engelen, FC Uitgeest, FC Weesp, Fighting4Power, Flevo Delta, Flik-Flak, Footy, Fortissimo, Friday Night Skates, GCHC, GHBS, GKV, Golf Club Terschelling, Golfclub Bleijenbeek, Golfclub De Compagnie, Golfclub Gaasterland, Golfclub Zeegersloot, Goshinkan, GSSV Tjas, GTV Ammerzoden, GV Olympia, GVAV Rapiditas, GW Unitas, Gyas, HC De Hoeksche Waard, HC Drienerlo, HC Rotterdam, HC Winsum, HCEL, HCQZ, HDM, Hellas, Het Paardrijk, HGC, Hippisch Centrum de Achterhoek, Hisalis, HC Naarden, HC 's-Hertogenbosch, HC Delfshaven, HC Oranje-Rood, HCWW, HOD, HV & CV Quick, HV Grol, HV Meerssen, Hygiëa, Hylas, IHCL, IJssport Vereniging Leiden, Joymere, Judo Academy Nijmegen, Kampong, KDO Deurne, KEV, KIOS, Klarita-Fit, KV DOS, KV Eymerrick, KV GKV, KV Olympia, KSVR, Kunst & Kracht, KV De Zwaluwen, KV Roreko, KV SCO, Ladyfit, Leiden Lions, LOHC, LTC Plaswijck '62, LTV Haaren, Marshals, MHC de Reigers, MHC Rosmalen, MHV Maarssen, MMHC Voordaan, MVV '29, MVV'29, Netzo, Next Volley, Nieuw-Buinen, NMHC Nijmegen, Njord, NWC Asten, ODIS, Oldambtster Boys, Oliveo, Olympia Haarlem, Zwaluwen, Oranje Blauw '15, OSS-VOLO, OVC '85, Overijsselse Merentocht, Park Leudal-Oost, Peatminers, Penta, Phanos, Planet Jump, PM-Dance, Powerleague, Prins Hendrik, Qui Vive, Quick'20, RC The Hookers, RC DIOK, Rijvereniging en Ponyclub Ottersum, RKSV Heeze, RKSV Rohda Raalte, RKSV Sparta'25, RKVV JEKA, RKVV Volharding, RKVV Wilhelmina, RKZVC, Roeivereniging De Hertog, Roeivereniging Iris, Roeivereniging Nautilus, Rotterdamse Rugby Club, Rotterdamse Studenten Rugby Club, Rugby Club Groningen, Rugbyclub The Dukes, Ruutvoorn, SC Loppersum, SC Rouveen, Schaakclub Purmerend, SCM, SDC'12, SDO Bussum, SDOUC, SDV, SDZ, Shuhari, SingleGolfers.nl, SISU, SJC, Sliedrecht Sport, Smash'66, SMASH'76, SMHC, Snorrewind, Sonkei, SP Neede, Sportclub Markelo, Sportwandelschool, Stichting Baarnse IJsbanen, Stichting Dainitji, SV 's-Graveland, SV CHC, SV CLIAS, SV Dalfsen, SV de Vecht, SV Grol, SV Hector, SV Helios, SV Honselersdijk, SV Hoofddorp, SV Leidschenveen, SV Loo, SV Loosduinen, SV ONDO, SV Raalte, SV SDOB, SV Spakenburg, SV Twello, SV Zeeburg, SVC200, SVD, SV DCS Zevenaer, SVL, SVU Volleybal, SWW, Synergo, Taekrosa Taekwondo, Taverzo, TennisClub Bargeres, THB, THC Hurley, Tornax, TTC Emmen, TTV Duintreffers, TTV Overhees, TTV SVE, TTV VVV, Tubantia, TV Boskoop, TV Udenhout, TV Westerveld, TVO, Union, USV Hercules, UVO-Spirit, Van 't Hof, Van Egmond Fitness & Boxing, VMHC Cartouche, V.O.C., VOC Amsterdam, Volleer, Volleybalvereniging Vrivo, Volleybalvereniging Waterlanders, Voorburgse Rugby Club, Voor-schoten '97, Vriendschap, VV DoCoS, VV Drenthina, VV Elsweide, VV Kolping Boys, VV Nijnsel, VV OJC Rosmalen, VV Philippine, VV Rigtersbleek, VV SEH, VV Stroe, VV Ter Leede, VV Utrecht, VV Wilsum, VWSB, VVZA, VZOD, Wageningen Rugby Club, WSV Buurman, Westsite, VV Ede, Xenios, Z&PC De Spatters, ZSC Westerhoven en ZV de Zaan