

Werkboek ledenwerving en ledenbinding

KNRB Regiobijeenkomst 2026

Vereniging

.....

Deelnemers

.....

Datum

.....

1 Begin bij de vraag achter de vraag

Gebruik dit werkboek om één doelgroep te onderzoeken. Schrijf kort en concreet. Het gesprek aan tafel is belangrijker dan een perfect antwoord.

Waarom willen wij nieuwe leden?

Wat moet er daardoor in onze vereniging mogelijk worden of beter gaan?

Wat willen we behouden of versterken?

Wat kan veranderen als nieuwe leden erbij komen?

Onze kernvraag voor vandaag

Formuleer de vraag waarop jullie aan het einde een antwoord willen hebben

2 Maak de doelgroep concreet

Een leeftijdscategorie alleen vertelt nog weinig. Beschrijf één herkenbaar persoon uit de doelgroep die jullie willen bereiken.

Onderwerp	Onze beschrijving
Levensfase en leeftijd	
Woonplaats of omgeving	
Dagelijks leven	
Sportervaring	
Wat zoekt deze persoon in sport?	
Wat maakt meedoen lastig?	

Maak het zichtbaar

Geef deze persoon een naam en vat in één zin samen wat voor hem of haar belangrijk is

3 Wat weten we en wat nemen we aan

Maak onderscheid tussen ervaringen of cijfers die jullie hebben en ideeën die nog gecontroleerd moeten worden.

Onderwerp	Dit weten we	Dit denken we	Zo kunnen we het controleren
Wensen en motivatie			
Beschikbare tijd			
Ervaring met roeien			
Drempels om te starten			
Redenen om te blijven			

Wie uit de doelgroep kunnen we zelf spreken?

Naam of plek waar we deze mensen kunnen vinden

4 Waarom zouden zij voor jullie kiezen

Bekijk de vereniging vanuit het dagelijks leven van de doelgroep. Wat maakt jullie aantrekkelijk en waar kan iemand afhaken?

Wat maakt roeien of jullie vereniging aantrekkelijk voor deze doelgroep?

Welke drempels kunnen zij ervaren?

Wat moeten zij bij de eerste kennismaking zien, voelen of horen?

Wat beloven we liever niet omdat het niet bij ons past?

5 Wat vraagt deze doelgroep van de vereniging

Bespreek welke verwachtingen de doelgroep kan meenemen en wat dat praktisch betekent voor jullie aanbod en begeleiding.

Onderwerp	Wat kan de doelgroep nodig hebben?	Wat bieden wij nu?	Wat vraagt aandacht?
Aanbod en niveau			
Tijden en instroom			
Welkom en ontvangst			
Begeleiding			
Groep en sociale aansluiting			

Welke kleine aanpassing zou het grootste verschil maken?

6 Hoe vast of flexibel kunnen mensen meedoen

De kolommen zijn uitersten op een schaal. Kies per onderwerp wat bij de doelgroep én bij jullie vereniging past.

Onderwerp	Meer vast	Onze keuze	Meer flexibel
Aanbod	Eén vast aanbod	[ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5	Verschillende vormen en niveaus
Moment	Vast programma	[ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5	Meerdere instroommomenten of kortere trajecten
Groep	Vaste ploeg of indeling	[ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5	Wisselen op niveau, ambitie of beschikbaarheid
Lidmaatschap	Eén contributievorm	[ ] 1 [ ] 2 [ ] 3 [ ] 4 [ ] 5	Verschillende vormen van lidmaatschap

Waar willen we ruimte maken en waar willen we juist duidelijk en vast blijven?

7 Past deze doelgroep bij onze vereniging

Nieuwe leden brengen kansen én vragen mee. Kijk eerlijk naar jullie ruimte, identiteit en bereidheid om iets aan te passen.

Vraag	Ja	Deels	Nee	Toelichting
Hebben we ruimte, materiaal en begeleiding?	[ ]	[ ]	[ ]	
Past deze doelgroep bij wie we als vereniging willen zijn?	[ ]	[ ]	[ ]	
Kunnen en willen we het aanbod aanpassen?	[ ]	[ ]	[ ]	
Kunnen we deze mensen persoonlijk welkom heten?	[ ]	[ ]	[ ]	

Wat willen we wél aanpassen?

Wat willen we juist niet veranderen?

8 Waar vinden we de doelgroep

Kies kanalen op basis van gedrag en lokale context. Persoonlijk contact en zichtbaarheid kunnen elkaar versterken.

Plek of kanaal	Hoe bereiken we de doelgroep hier?	Wie kan contact leggen?	Eerste stap
Bestaande leden en hun netwerk			
School, studie of werkgever			
Lokale activiteiten of evenementen			
Sociale media, website of Google			
Lokale krant, flyer of buurtplatform			
Andere plek			

Welke combinatie van persoonlijk contact en zichtbaarheid gaan we inzetten?

9 Hoe komen nieuwe leden bij ons binnen

Maak eerst een inschatting. Bepaal daarna hoe jullie bij iedere aanmelding dezelfde eenvoudige vraag kunnen stellen.

Route	Onze inschatting	Wat meten we voortaan?
Via familie, vrienden of bestaande leden	..... %	
Via sociale media, website of Google	..... %	
Via een open dag, clinic of evenement	..... %	
Via flyer, krant of lokale media	..... %	
Via school, studie, werkgever of anders	..... %	

Waar en door wie leggen we het antwoord vast?

Welke vraag stellen we aan ieder nieuw lid?

10 Binden en behouden

Leden blijven wanneer zij zich welkom, gezien en verbonden voelen. Onderzoek wat leden in jullie vereniging werkelijk waardevol vinden.

Wat blijft er over van onze vereniging als we het roeien even weghalen?

Welke contacten, gewoonten en verhalen houden mensen vast?

Waaraan merkt een nieuw lid dat die erbij hoort?

Wat missen leden of wat zoeken zij ergens anders?

11 Van gesprek naar een eerste stap

Kies één concrete actie die jullie na deze bijeenkomst gaan uitvoeren. Spreek af wie dit doet en wanneer jullie de uitkomst bespreken.

Onze keuze	Invulling
Doelgroep	
Waarom willen we deze mensen bereiken?	
Wat willen we uitzoeken?	
Wat gaan we doen?	
Wie neemt de eerste stap?	
Wanneer doen we dit?	
Hoe merken we of het werkt?	
Wanneer bespreken we de uitkomst?	

Eén zin die we meenemen

Wat heeft dit gesprek ons duidelijk gemaakt?

12 Tot slot

Gebruik het werkdocument om het gesprek binnen de vereniging voort te zetten en jullie afspraken vast te houden.

Welke doelgroep kiezen jullie?

Wat willen jullie bij deze doelgroep onderzoeken?

Wie pakt de eerste stap op en wanneer?

Tip

Het werkdocument hoeft vandaag niet helemaal af. Spreek wel af wie ermee verdergaat en wanneer jullie erop terugkomen.