



Ledenwerving & Ledenbehoud & WBTR

11 mei 2022

Ledenwerving = Ledenbehoud



Maak eerst een analyse

- Ledenonderzoek
- Imago versus identiteit
- Extern onderzoek
- Acties en middelen

Bepaal je doelgroep

Pr en
communicatiemiddelen

Speciale acties

Na Afloop

Maak van je leden
tevreden leden

Ledenonderzoek

Hoe is het ledenbestand op dit moment samengesteld (ledenaantal, geslacht, leeftijd, afkomst, woonachtig)?

Hoe heeft zich dit ontwikkeld de afgelopen jaren en hoe is de verhouding in- en uitstroom per seizoen / jaar?

Ken je de redenen waarom leden zich afmelden en wordt er bijgehouden waarom leden stoppen?

Welke redenen worden er genoemd voor afmelden als lid? Denk aan: repetitietijd, dansleiding, niveau, leeftijd, organisatie, contributie, verhuizing, studie enz..

Imago versus identiteit

Hoe zien de leden de vereniging en waarom zijn ze juist lid geworden van jouw vereniging? Bied je voor de huidige en beoogde leden interessante activiteiten aan?

Hoe hebben leden kennis gemaakt met de vereniging en wat was voor hen belangrijk bij het zoeken naar een passende hobby en vereniging?

Hoe zien anderen jouw vereniging en klopt dit beeld?

Wat is belangrijk binnen jullie vereniging, wat wil je uitstralen en wat voor soort vereniging wil je zijn (lokaal, regionaal, landelijk) en wat is jullie missie en Unique Selling Point (onderscheidend vermogen t.o.v. andere verenigingen)?

Extern onderzoek

Wie zijn de belangrijkste concurrenten van je vereniging (ook buiten de dans) en wat zijn hun sterke en zwakke punten t.o.v. je eigen vereniging?

Is er contact met maatschappelijke, ouderen-, jongeren-, migrantenorganisaties, en is het een mogelijkheid om hier mee samen te werken?

Wat is de positie van je vereniging binnen je dorp/wijk/stad? Kent men de vereniging? Wordt de vereniging gevraagd om aanwezig te zijn bij activiteiten in je dorp/wijk/stad?

Denk daarbij aan Braderie, Koningsdag, kerstconcert of bals en instuiven, dansdagen, festivals enz..

Plan acties en middelen

Bepaal op wie je de acties gaat richten (doelgroep) en vooral hoe je dat gaat doen

Bepaal wat je kunt inzetten (mankracht en budget en kennis)

Stel binnen de vereniging een commissie aan en coördinator.

Geef aan wanneer je iets gaat doen (einde/begin seizoen, na/ vooraf aan een activiteit zoals optreden, braderie, één moment/ vaker in het jaar)

Geef aan wat je gaat doen: ofwel welke communicatiemiddelen zet je in en wie wat doet?

Doelgroepen

Kijk niet alleen naar leeftijd, maar ook naar motieven, behoeftes en interesses, maar ook naar praktische kenmerken als 'nabijheid'

- Jeugd en jongvolwassenen
- Studenten en/of leerkrachten
- 50/60-plussers en/of pensionado's
- Mensen met een beperking
- Herintreders of juist starters
- Migranten en/of expats
- Projectleden
- Bezoekers van galleries, koren, concerten enz..
- Buurtbewoners (wijkcentra, bibliotheek, supermarkt)
- Wandelgroepen
- Vrienden en /of familie, collega's





Welke wens of behoefte?

Bedenk motieven waarom iemand zou willen zingen, dansen, muziek/toneel spelen, schilderen, fotograferen enz. is afhankelijk van de levensfase (tijd, geld, gezondheid, plezier, prestatiegerichtheid, afstand)

Houd rekening met de motieven bij de keuze van je doelgroep en stem je aanbod en communicatie daarop af

Goed voorbeeld: **het project Laatbloeiers van de NKH**

[Speel mee | Harmonieorkest Tilburg](#)



Popkoor Prestige

- **WAAROM ZINGEN BIJ POPKOOR PRESTIGE TILBURG?**

- We zingen de nieuwste hits
- Het is ontspannend!
- Je leert steeds beter zingen!
- o.l.v. Dirigente Marjon Dries
- Het is spetterend!
- Het is gezellig!
- We spelen met onze eigen live band!
- *“Zonder zang of koor ervaring heb ik me aangemeld. Ga iedere week met veel plezier met 3 vrienden naar de repetitie. Laatst eentje gemist en wat mis je dan veel. Leer veel van de altijd opbouwende kritiek van de dirigent. Gezellige sfeer!”*

Dancenation




TSDV DANCENATION
is looking for its next
BOARD

APPLICATIONS ARE NOW OPEN!

DAY IN THE LIFE OF EVELINE

What does a day of DanceNation tasks look like?

- You get up and check your email and inbox of the social media channels
- In the afternoon you have the weekly board meeting in which you share your plans regarding upcoming projects
- Then you chat with your committee members about ideas and current tasks
- You open Canva and start designing content
- Share your work and ...
- Get your sports gear together and it's time for a dance class!



PR-functionary

“ Are you interested in doing a board year or do you have any questions? Don't hesitate to send an email to bestuur@tsdvdancenation.nl We are happy to talk to you! ”

Dancenation

KARAOKE NIGHT

19TH OF APRIL
20:00
THE END, TILBURG



Dancenation

WORKSHOP

Burlesque

22ND OF APRIL
16:00-17:30
PAALDANSSTUDIO & DANCECENTRE TILBURG
LIMITED SPOTS



Antoni Wanders

CYCLING DINNER

Social edition

20TH OF APRIL
17:00
AROUND TILBURG



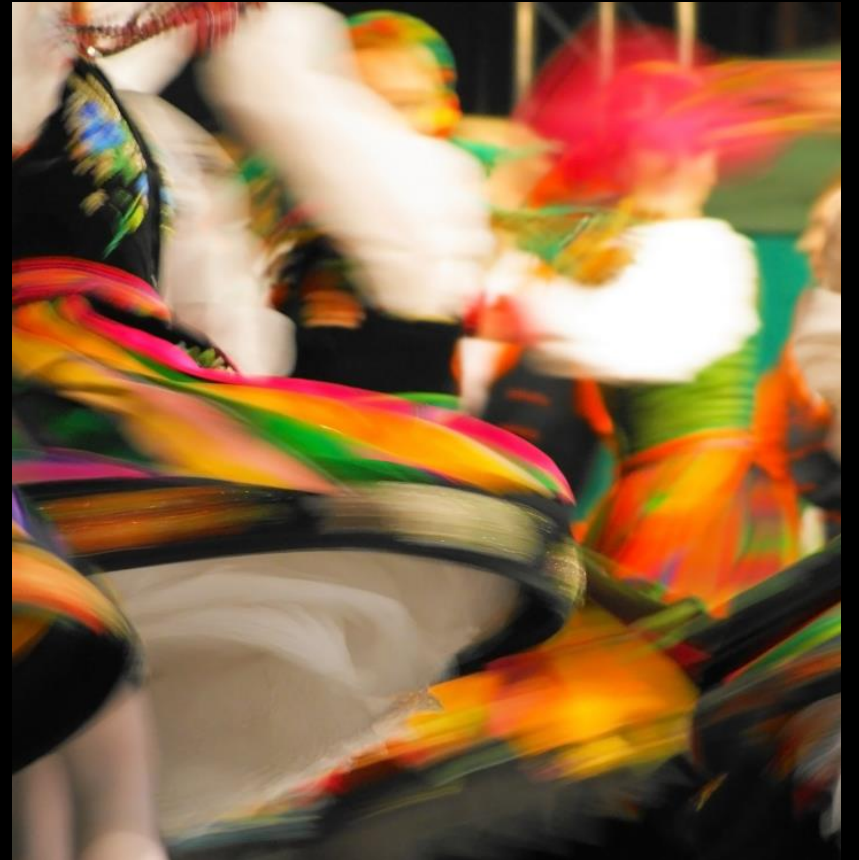


communicatiemiddelen

- **Zet meerdere middelen tegelijk in:** website, social media, flyers, posters, brochures, persbericht, advertentie en/of artikel en/of spotje/nieuwsitem in lokale/regionale media, gemeentegids, wijkkrantjes, schoolkranten. etc..
- Zorg voor een **duidelijk herkenbare huisstijl en herhaling** van de boodschap in al de gebruikte media
- De **inhoud van de boodschap moeten passen bij de doelgroep** (tot wie richt je je de kinderen of de ouders, herintreders of ervaren dansers, mensen die meer willen bewegen of anderen willen ontmoeten enz..)
- Toon **aantrekkelijk beeldmateriaal** foto's en filmpjes

Speciale Acties

- Gratis proeflessen en strippenkaarten
- Starters-, specialisatie- en seizoenscursussen
- Kortdurende cursussen met dansen uit één gebied
- Cursus voor ouderen en/of ouders overdag
- Dansuurtjes in introductieweken scholen VO/MBO/HBO
- Organiseer een introductie avond/middag en stimuleer leden een introducee mee te nemen
- Bedenk een speciaal project om nieuwe leden in mee te nemen en ervaring op te laten doen.
- Zoek samenwerking met een andere vereniging / discipline / sector (met de gewenste doelgroep)



A group of young people, mostly in white shirts, are dancing and socializing at an outdoor event. The scene is bright and lively, with people smiling and interacting. The image is partially obscured by a dark, curved overlay on the right side.

Maak van je leden tevreden leden! (= ledenbehoud)

- Luister naar de **signalen** en ga in gesprek met 'spijbelaars'. Neem je leden serieus en koppel terug wat je met de signalen hebt gedaan.
- **Te druk is geen excuus**. Mensen gaan vaak weg omdat ze het niet leuk genoeg meer vinden
- Zorg dat de activiteiten die je vereniging aanbiedt op niveau blijven (**energiek**). Check dit regelmatig met de leden en de dansleider
- Zorg voor **mijlpalen** waarnaar je als vereniging samen kunt uitkijken en informeer/betrek je leden regelmatig bij alle activiteiten

Interessante Tools (links)

Tools voor verenigingen – LKCA

Advies algemeen

Financiën/crowdfunding/subsidie

Bereiken van jongeren

Werken met of werven van vrijwilligers

Belangenbehartiging

Beleidsplan en/of projectplan schrijven

(Online) activiteiten opzetten

Advies op maat van de Sesamacademie

Home (sesamacademie.nl)

Rabo ondersteuning in de eigen regio van clubsupport, thematische ondersteuning tot advies op maat

SPN: Sport Professionals Netwerk

Rabobank verenigingsondersteuning - LKCA



WBTR
Wet bestuur
toezicht
rechtspersonen

Is per 1 juli 2021 in werking gegaan om:

kwaliteit van besturen te verbeteren en misstanden te voorkomen

Verplichting om interne procedures en verantwoordelijkheden goed te noteren

Indien statuten regels bevat die in strijd zijn met de WBTR, dan vervallen deze

Bij eerstvolgende statuten wijziging statutenvia notaris aanpassen aan nieuwe wet, i.i.g. binnen vijf jaar

Veranderingen hebben betrekking op:

- Bestuursmodel
- Positie en plichten bestuursleden en toezichhouders
- Hoofdelijke persoonlijke aansprakelijkheid voor bestuursleden
- Financieel beleid en goedkeuring van uitgaven
- Integer bestuur en vastleggen van afspraken
- Regels omtrent tegenstrijdige belangen (belangenverstrengeling)
- Procedures bij grote uitgaven of investeringen
- Meervoudig stemrecht

Wat te doen?

- Informeer iedereen die betrokken is bij de WBTR en maak een groepje mensen verantwoordelijk voor de uitvoering
- Leg alle zaken vast in een bestuursreglement
- Volg een stappenplan, te vinden onder [Netwerkbijeenkomsten](#)
- [WBTR - KNMO Kennisbank](#)
- [Checklist WBTR – Koornetwerk](#)
- [Wet Bestuur en Toezicht Rechtspersonen \(WBTR\) | Huis voor de Kunsten \(hklimburg.nl\)](#)
- [WBTR-handreiking.pdf \(kunstgebouw.nl\)](#)