



## Succesfactoren sport- en beweegaanbieders en buurtsportcoaches

### Over samenwerking, werving, begeleiding, vraaggericht werken en borging

Op de website [www.sportindebuurt.nl](http://www.sportindebuurt.nl) staan inspirerende praktijkvoorbeelden. Vanuit deze praktijkvoorbeelden Sport & Bewegen in de buurt kunnen we een aantal succesfactoren benoemen. In deze flyer staan een aantal van deze succesfactoren. We hebben ook tips gekoppeld aan die succesfactoren. Alle succesfactoren en deze praktische tips vind je op de website [www.sportindebuurt.nl](http://www.sportindebuurt.nl) in de **factsheet 'Praktische tips voor sport- en beweegaanbieders en buurtsportcoaches.'**

#### Succesfactoren Samenwerken in de wijk, samenwerken tussen sectoren

##### \* Gezamenlijk doel

Ga met elkaar aan de slag vanuit een gezamenlijk doel of ambitie om iets te doen voor een bepaalde doelgroep of wijk. Waarom willen organisaties of mensen meedoen aan het project en met elkaar samenwerken? Besteed ruime aandacht aan het vaststellen van dit gezamenlijke doel.

##### \* Aandacht voor het proces

Het is leuk en logisch om met de inhoud aan de slag te gaan, maar besteed vooral ook aandacht aan het proces.

##### \* De buurtsportcoach als schakel

Het is prettig als er een duidelijk aanspreekpunt en kartrekker is, in de wijk of voor het betreffende project. Een bekend gezicht in de wijk. De buurtsportcoach kan hier goed voor ingezet worden. Voor samenwerkingspartners uit andere sectoren (zorg, onderwijs, welzijn) is de buurtsportcoach een duidelijke schakel naar de sport- en beweegsector.

##### \* Sociale wijkteams

Op lokaal niveau is er veel in beweging. Met de drie decentralisatieregelingen verandert er veel voor professionals in met name zorg en welzijn. Zij gaan bijvoorbeeld werken in 'sociale wijkteams'. Sport kan hierbij aansluiten en profiteren van deze ontwikkelingen, mits de timing en benadering goed is.

#### Succesfactoren bereiken en werven van nieuwe doelgroepen

##### \* Directe benadering via partners in de wijk

Als sportaanbieder is het moeilijk om doelgroepen te bereiken die niet uit zichzelf in beweging komen. Samenwerken met organisaties, professionals of sleutelfiguren in de wijk die direct toegang hebben tot die doelgroep is nodig. Zij kunnen helpen om deelnemers te werven. Bovendien weten ze vaak ook goed wat jouw doelgroep belangrijk vindt.

##### \* Start vraaggericht aanbod

Sluit aan bij de wensen en mogelijkheden van de doelgroep. Het lijkt een open deur, maar er wordt teveel opgestart vanuit een beschikbaar aanbod en te weinig vanuit een (aantoonbare) behoefte. Wees bereid om je eigen aanbod aan te passen, om nieuw aanbod op te starten of om samen te werken met andere aanbieders.

##### \* Denk vanuit je doelgroep

Naast directe benadering kun je andere wervingskanalen gebruiken. Sluit aan bij de belevingswereld van je doelgroep en gebruik positieve verhalen en resultaten van eerdere deelnemers.

##### \* Bouw aan vertrouwen

Voor de nieuwe doelgroep, hun ouders of verwijzers zijn zaken als kwaliteit en veiligheid belangrijk. Wees je hiervan bewust en vertel of laat zien waarom de doelgroep bij jou verantwoord kan sporten of bewegen. Realiseer je dat je vertrouwen moet verdienen!



## Succesfactoren begeleiden van nieuwe doelgroepen

### \* Specifieke vaardigheden

Het begeleiden van mensen die er niet direct zelf voor kiezen om te gaan sporten of bewegen, vergt andere vaardigheden dan het begeleiden van gemotiveerde, enthousiaste sporters. Je zult meer bezig zijn met motiveren, stimuleren en aansluiten bij de mogelijkheden van ieder individu. En veel minder met de technische kant van een bepaalde sport.

### \* Kunnen en willen differentiëren

Bij de begeleiding van nieuwe doelgroepen, die niet gewend zijn om te sporten, is het essentieel dat je de begeleiding aanpast op het individu.

### \* Aandacht voor andere zaken

Bij andere doelgroepen kan het zijn dat andere zaken dan sporten en bewegen belangrijker zijn. Mensen komen vaak niet omdat ze zichzelf willen trainen in een bepaalde sport. Maar omdat ze eenzaam zijn of graag nieuwe mensen willen leren kennen. Of omdat ze willen werken aan hun gezondheid of weerbaarheid. Probeer hierbij aan te sluiten, want dat vergroot de kans op duurzaamheid.

## Succesfactoren vraaggericht werken

### \* Doe een omgevingsanalyse

Start vanuit een behoefte en niet vanuit jouw aanbod. Doe een omgevingsanalyse waarbij je onderstaande punten meeneemt, om die behoefte te achterhalen. Wat is het probleem in een wijk of wat is de behoefte van een bepaalde doelgroep? Hoe zien de doelgroep en de wijk eruit? Wie zijn mogelijke samenwerkingspartners in de wijk?

### \* Ken de behoefte van je doelgroep

Vanuit de omgevingsanalyse en het 'buurtonderzoek' heb je een globaal beeld van de behoefte van de doelgroep. Ga deze behoefte verder onderzoeken door in gesprek te gaan met en over jouw specifieke doelgroep.

## Succesfactoren borging / verduurzaming

### \* Slimme inzet van mensen

Denk na over welke mensen je inzet bij de start en continuering van een project. Door slim gebruik te maken van studenten, stagiaires en vrijwilligers kun je het project na de opstartfase goedkoper continueren. Ook de buurtsportcoach kan wellicht een bijdrage leveren aan borging en verduurzaming van het project en de samenwerking.

### \* Lidmaatschap of eigen bijdrage

Het is goed om (vanaf de start) een eigen bijdrage te vragen aan je deelnemers.

### \* Ondernemende sfeer

Door samenwerking tussen commerciële en gesubsidieerde sport- en beweegaanbieders ontstaat een positieve en ondernemende sfeer. Organisaties kunnen elkaar versterken en aanvullen.

### \* Samenwerking met bedrijfsleven

Een lokaal bedrijf kan op verschillende manieren een (financiële) bijdrage leveren aan het project of het aanbod.

### \* Monitoring en evaluatie

Besteed aandacht aan monitoring en evaluatie. Zo kom je te weten of je met jouw aanpak het beoogde doel bereikt. En of deelnemers en samenwerkingspartners tevreden zijn, of dat je de aanpak of het proces van samenwerking moet aanpassen. Ook kun je makkelijker resultaten en opbrengsten zichtbaar maken, wat belangrijk is voor eventueel nieuwe financiers.

Alle succesfactoren en praktische tips vanuit de praktijkvoorbeelden vind je op de website [www.sportindebuurt.nl](http://www.sportindebuurt.nl) in de factsheet 'Praktische tips voor sport- en beweegaanbieders en buurtsportcoaches.'