



ACADEMIE VOOR  
SPORTKADER

## Themabijeenkomst 'Vermarkten' van de Opleidingen

In het Huis van de Sport te Nieuwegein vond maandag 14 november jl. de themabijeenkomst 'Vermarkten' van de Opleidingen plaats.

Margot Kouwenberg van de Atletiekunie gaf een inleiding op het thema en het doel van de bijeenkomst. Omdat sinds een aantal jaren het aantal cursisten bij de Atletiekunie terugliep, heeft zij een plan ontwikkeld om de tevredenheid over de opleidingen te toetsen. Margot heeft daartoe contact gezocht met de ASK (coördinator voor Herijking) en NOC\*NSF (Sport en Zaken) en zo is, in samenwerking met ASK, Atletiekunie, PON en Nevobo, een projectgroep ontstaan die het onderzoek moest uitvoeren en begeleiden. Centraal stond de vraag hoe het huidige aanbod van opleidingen kan inspelen op de behoefte van de trainers zodat de deelname aan de opleidingen toeneemt.

De belangrijkste resultaten van het onderzoek hebben voor de Atletiekunie geresulteerd in een vernieuwde opleidingsstructuur. In de praktijk blijkt het echter lastig om de opleidingen vervolgens goed in de markt te zetten. Om die reden is deze bijeenkomst georganiseerd, waarvoor twee sprekers waren uitgenodigd om dit onderwerp zowel vanuit de praktijk als vanuit de theorie te bespreken.

Als eerste spreker ging Peter Verheul in op twee recente ontwikkelingen van de KNGU. In 2010 werd bekend dat het ledenverlies van de KNGU over 2009-2010 substantieel was, 5,77%. Hiermee kwam een aantal doelstellingen van het meerjarenplan 2009-2013 sterk onder druk te staan. Deze ontwikkeling heeft geleid tot het instellen van een Taskforce om onder andere de dienstverlening van de KNGU te verbeteren. De telefonische bereikbaarheid van de KNGU was bijvoorbeeld voor verbetering vatbaar en men bleek niet bekend met, of minder tevreden over, de mogelijkheden van KNGU Campus.

Vervolgens ging Peter Verheul in op het recent gehouden onderzoek van de KNGU naar aanleiding van de introductie van de Kwalificatiestructuur Sport (KSS). De opleidingen uit de KSS worden positief beoordeeld en de praktijkbegeleiders scoren hoog. De kosten zijn echter verdubbeld sinds de invoering, omdat de actoren goed betaald worden. Cursisten vinden onderwerpen als EHBSO en doping erg interessant en zijn van mening dat deze eerder in de opleiding aan bod zouden moeten komen. De eisen omtrent instroomleeftijd worden star bevonden. Bovendien is behoefte aan een specifiek trainingsprofiel voor bepaalde doelgroepen. Reden voor de KNGU om aandacht te besteden aan deze onderwerpen.

Peter beantwoordde vervolgens een aantal vragen van de aanwezige deelnemers. De volgende punten kwamen hieruit naar voren:

- Het aantal cursisten van de KNGU bedraagt jaarlijks 700 op niveau 2 en 300 op niveau 3. De leeftijden waren in het verleden star. 14 jaar voor niveau 2 en 16 jaar

niveau 3. Nu is zowel op niveau 2 als 3 dispensatie mogelijk onder bepaalde voorwaarden.

- € 800 is vrij duur voor een opleiding, maar de actoren worden behoorlijk betaald. Praktijkbegeleiding kost bijvoorbeeld € 180 per begeleider. De KNGU heeft de kosten wel inzichtelijk gemaakt. De directe kosten zijn hiermee gedekt, de indirecte niet.
- Potentiële deelnemers worden benaderd vanuit het relatiesysteem van de KNGU. Bovendien kent de KNGU een verplichtend licentiesysteem. Wanneer iemand trainer wil worden, dient hij een opleiding te hebben gevolgd voor een licentie. Vervolgens is één bijscholing per jaar verplicht om de licentie te mogen behouden. Sancties hierop hebben echter geen effect gehad.
- De KNGU opleidingen zijn te vinden via KNGU website en zogenaamde KNGU Campus.
- De vraag naar trainers is onverminderd groot. Het kader gaat gemiddeld een jaar of vijf mee. Het verloop is groot, want de gemiddelde leeftijd van de trainers is 14-16 jaar.
- De KNGU kent districtsconsulenten of verenigingsondersteuners. Drie per district en twaalf/ dertien totaal op 1100 verenigingen. De districtsconsulent regelt doorgaans de locatie voor de opleidingen en maakt afspraken met de docenten. De KNGU heeft een aantal vaste plekken in het land waar de opleidingen gegeven worden.

Gerben van Hardeveld, senior marketing intelligence manager NOC\*NSF, belichtte vervolgens het onderwerp 'Vermarkten' van de Opleidingen aan de hand van de theorie over de superpromotor.

Dé sport van Gerben is voetbal. Voetbal is een sport, bij uitstek, met veel fans. Kan een opleiding ook fans hebben? Gerben was tien jaar jeugdtrainer bij dezelfde club toen hij het tijd vond om een opleiding te volgen. Gerben heeft toen de opleiding voor jeugdvoetbaltrainer gevolgd bij de KNVB. Gerben was aanvankelijk van mening dat een training iedere keer zo afwisselend mogelijk moest zijn. In de eerste les werd al duidelijk dat veelzijdig variëren in oefeningen niet de methode was. Herhaling was het devies! Daarnaast kwamen didactische vaardigheden en praktijkopdrachten aan bod. Gerben was zeer enthousiast over de opleiding jeugdvoetbaltrainer en vertelt hier graag over binnen en buiten de vereniging. Hij is, zo gezegd, fan van de opleiding geworden.

De fans van een opleiding kunnen bijvoorbeeld uit een evaluatie worden gedistilleerd met de vraag: "Zou u deze opleiding aanbevelen bij anderen?". Binnen dit groepje fans bevinden zich ook de superfans of superpromotors. Een superpromotor onderscheidt zich door de volgende eigenschappen:

- Hij/ zij geeft een hoge aanbevelingsscore.
- Hij/ zij is zeer geloofwaardig.
- Hij/ zij heeft een groot netwerk.

Hoe vind je deze superpromotors? Via de evaluatie, de docenten en via Twitter! Wat willen de superpromotors? Zij willen ervaringen delen, betrokken blijven en serieus genomen. Wat kun je als bond in hun richting doen? Superpromotors als eerste informeren (per mail, Twitter), hen als referentie vragen en betrekken bij de ontwikkeling van opleidingen. Wat kunnen superpromotors voor jou doen? Zij kunnen meer deelnemers genereren, inzicht geven in sterke punten van de opleiding, meedenken in ontwikkeling en een goed gevoel geven.

Kortom, richt al je energie op je superpromotors en pas op voor antipromotors. Deze laatste categorie heeft eveneens een groot netwerk en grote geloofwaardigheid, maar een lage aanbevelingsscore. De behandeling van een antipromotor verschilt eigenlijk niet veel van die van de superpromotor. Voorbeeld van een antipromotor is Youp van 't Hek met zijn Buckler en T-Mobile campagnes.

Voorbeelden van superpromotors werden tijdens de bijeenkomst gegeven door de Kaatsbond, die grote bestuurders als Joop Alberda en Toon Gerbrands heeft gevraagd voor een bestuurdersmodule en de Volleybalbond, die een aantal positieve deelnemers aan het bestuurderscongres 2011 heeft gevraagd mee te denken over het bestuurderscongres 2012.

De theorie over de superpromotor wordt beschreven in het boek van Rijn Vogelaar. Voor meer informatie zie [www.blauw.com/superpromotor](http://www.blauw.com/superpromotor).

De presentaties van Peter Verheul van de KNGU en Gerben van Hardeveld van NOC\*NSF zijn te vinden op de website van de Academie voor Sportkader. Informatie over het onderzoek naar de trainersopleidingen van de Atletiekunie zijn te vinden op [www.atletiekunie.nl/opleidingen](http://www.atletiekunie.nl/opleidingen).