Scorende waardeproposities voor sportverenigingen

Hoe aantrekkelijk en (ver)bindend is de vereniging voor haar stakeholders

De waardepropositie van een vereniging of organisatie is de verbindende factor met haar omgeving en stakeholders. Het is hetgeen dat zorgt dat…

- de sporter lid wil zijn en deel wil uitmaken van de vereniging
- de sponsor interesse heeft zich aan de vereniging te verbinden
- vrijwilligers zich voor de vereniging te willen inzetten.

Een waardepropositie is niet tijdloos. Het is van cruciaal belang dat deze actueel wordt gehouden en aan de maatschappelijke ontwikkelingen en omgeving wordt aangepast.
Werd een verenging ooit opgericht als een club waarin mensen met dezelfde hobby zich verenigden en waarvoor een ieder werd geacht een bijdrage in de kosten (contributie) en in de werkzaamheden (vrijwilligerswerk) te doen, heden ten dage is dat besef er wellicht nog wel, maar de wijze waarop dat gebeurt kent vele verschijningsvormen.

Geen enkele waardepropositie is oneindig. Dat geldt voor bedrijven, maar in niet mindere mate ook voor sportorganisaties en -verenigingen. Meer dan ooit is er behoefte aan het inrichten van de organisatie vanuit een gezamenlijk gedragen basis waarbij de geleverde waarden voor stakeholders centraal staan. **Hoe houden we alle kikkers in de kar en blijven we aantrekkelijk voor nieuwe aanwas**.
Sporters, sponsors en vrijwilligers hebben een toenemende keuze hoe hun geld en tijd te besteden. Bestuurders van verenigingen dienen zich te bekwamen in het permanent vergroten van de aantrekkingskracht van hun club door steeds opnieuw in te spelen op de veranderende omgevingsfactoren.

Rob van Nes, sporter en sportbestuurder, ontwikkelde The wheel of value. In zijn gelijknamige boek beschrijft hij het belang van het actueel houden van waardeproposities, ook voor sportorganisaties en verenigingen. Een sterke waardepropositie is een tactisch wapen in de (wed)strijd om leden, sponsors en vrijwilligers. De Masterclass Scorende waardeproposities voor sportverenigingen is daarom een must voor iedere sportbestuurder. Gemeenten kunnen dit mogelijk maken door deze Masterclass aan te bieden aan alle sportverenigingen in hun gemeente, voor sportbonden geldt hetzelfde voor de bij hun bond of federatie aangesloten clubs. De Masterclass duurt ca. 2 uur en kan ook op avonden of in het weekend worden gegeven. Neem voor informatie over de mogelijkheden contact op met de International Sports Management Academy via **info@ism.ac** / **www.ism.ac**