



# Mijn vereniging kiest voor bedrijfssport



# Inhoudsopgave

<u>Bedrijfssport; ook wat voor u?!</u>	2
<u>Bedrijfssport biedt kansen voor vereniging en bedrijf</u>	3
<u>Stappenplan implementatie bedrijfssport</u>	5
Stap 1 <u>Interne organisatie</u>	6
Stap 2 <u>Breng de markt in kaart</u>	8
Stap 3 <u>Leg contact</u>	9
Stap 4 <u>Maak het sportaanbod concreet</u>	11
Stap 5 <u>Overeenkomst en uitvoering</u>	13
Stap 6 <u>Evaluatie en follow up</u>	13
<u>Bedrijfssport in de praktijk: 2 cases</u>	15
<u>Wist u dit over.... Sportverenigingen</u>	19
<u>Wist u dit over.... het bedrijfsleven</u>	20
<b>Bijlage</b>	
I <u>Voorbeeld presentatie</u>	21
II <u>Creëren aanbod</u>	22
III <u>Modelovereenkomst van opdracht</u>	24
IV <u>Evaluatie</u>	27

# Bedrijfsport; ook wat voor u?!

Voor het Nederlandse bedrijfsleven zijn fitte medewerkers erg belangrijk. Voldoende sport en beweging speelt een grote rol om fit te worden en te blijven. Een sportende medewerker is productiever en kan beter omgaan met stress.

Uw sportvereniging biedt sport aan leden, maar wat dacht u ervan om ook sport aan te bieden voor personeel van de bedrijven in uw regio? Hiermee bereikt u een heel nieuwe doelgroep!

Als sportvereniging kunt u trainingen, clinics en sportdagen organiseren voor medewerkers van bedrijven in de buurt. Voor het bedrijf betekent dit werken aan een gezonde levensstijl; voor u als sportvereniging ligt hier een kans om bijvoorbeeld uw ledenaantal te vergroten en meer omzet te genereren.

In dit handboek leest u hoe u dit kunt aanpakken. We hebben hierin al onze kennis en onderzoeken over dit onderwerp gebundeld en hopen u te inspireren!

NOC\*NSF en Sport & Zaken  
Maart 2013

Mocht u naar aanleiding van het stappenplan nog vragen hebben of wilt u meer informatie over de gebruikte onderzoeken, dan kunt u contact opnemen met uw sportbond, NOC\*NSF of Sport & Zaken

NOC\*NSF: [riccardo.gillieron@nocnsf.nl](mailto:riccardo.gillieron@nocnsf.nl)  
[peet.mercus@nocnsf.nl](mailto:peet.mercus@nocnsf.nl)  
Sport & Zaken: [info@sportenzaken.nl](mailto:info@sportenzaken.nl)



# Bedrijfssport biedt kansen voor vereniging en bedrijf

Door het aanbieden van een succesvol bedrijfssportprogramma op maat, helpt u de organisatie met het bereiken van haar organisatie-doelstellingen. Het organiseren van bedrijfssport biedt daarom ook grote kansen, naast die van het bedrijf, voor uw vereniging! Het is goed om de voordelen voor zowel uw sportvereniging alsmede voor het bedrijf te weten.

Voordelen voor uw sportvereniging

## **Financiële mogelijkheden**

Het aanbieden van bedrijfssport kan op verscheidene manieren een extra financiële bron zijn voor uw sportvereniging. Denk aan meer contributie-, barinkomsten of het binden van een bedrijf aan uw sportvereniging als mogelijke sponsor. Tevens kunt u het concept 'bedrijfssport' aanbieden tegen een marktgerichte prijs. Bedrijven willen namelijk betalen voor deze sportmogelijkheid. Bedrijven zijn namelijk bereid om te betalen voor georganiseerde sportactiviteiten. Uw sportvereniging mag hierop best winst maken.

## **Groei van het ledenaantal**

Door werknemers met uw sportaanbod in aanraking te laten komen, worden zij op den duur mogelijk lid van uw sportvereniging. Dit zorgt voor een groei van uw ledenaantal, met daaraan positieve consequenties. Denkt u hierbij aan meer contributiegelden, maar tevens een grotere groep potentiële vrijwilligers.

## **Maatschappelijk verantwoord ondernemen**

Door het aanbieden van bedrijfssport levert uw sportvereniging een bijdrage op het gebied van sport en gezondheidsbevordering. Denkt u bijvoorbeeld aan het feit dat uw vereniging divers wordt en daarmee een afspiegeling wordt van de samenleving. Tevens kan men door middel van bedrijfssport gezondheidsproblemen als overgewicht en obesitas tegen gaan binnen een bedrijf. Zo creëert u aanbod dat tevens een gezondheidsaspect in zich heeft.

## **PR voor de sportvereniging**

Door bedrijfssport aan te bieden en dit tevens te verkondigen binnen en buiten uw sportvereniging, zorgt dit voor verspreiding van het diverse sportaanbod dat uw sportvereniging aanbiedt.



Foto: Ernst & Young

### Voordelen voor het bedrijfsleven

Bedrijfssport kan het bedrijfsleven een 'TEAM' opleveren; **Teambuilding**, **Energie**, **Associatie** en **Mobiliteit & Vitaliteit**<sup>1</sup>.

#### **Teambuilding**

Via sport komen mensen gemakkelijk met elkaar in contact. Door de hele organisatie heen, van hoog tot laag en binnen verschillende afdelingen, is sport aantrekkelijk om te kijken, beleven of zelf te doen. Een bedrijfssportprogramma zorgt voor netwerken en onderlinge relaties buiten het gewone werkveld om en het helpt 'eigen' gewoonten ontwikkelen; het geeft het bedrijf een unieke identiteit.

#### **Energie**

Medewerkers moeten niet alleen mentaal en emotioneel in topvorm zijn, maar ook fysiek. Het bewust managen van energie leidt ertoe dat mensen efficiënter en effectiever werken en daardoor productiever zijn. Lichamelijke activiteit heeft een positief effect op de betrokkenheid en productiviteit van medewerkers.

#### **Associatie**

Om de beste werknemers aan te trekken en te behouden is het van belang een aantrekkelijke werkgever te zijn. Bij goed werkgeverschap draait het niet alleen om arbeidsvoorwaarden en persoonlijke ontwikkeling, maar ook om werktevredenheid: werksfeer en cultuur. Sport draagt hieraan bij en een bedrijfssportprogramma maakt u als werkgever intern zichtbaar.

#### **Mobiliteit & vitaliteit**

Elke organisatie heeft te maken met vergrijzing, krapte op de arbeidsmarkt en gezondheidsproblematiek (zoals obesitas en veel zittend werk). Daarom is het belangrijk te werken aan duurzame inzetbaarheid van medewerkers. Duurzame inzetbaarheid vraagt van werkgever én werknemer aandacht voor zaken als vitaliteit, mobiliteit en ziekteverzuim.

# Stappenplan: bedrijfssport bij uw vereniging

Het opstarten van een goed bedrijfssport aanbod dat resultaat oplevert voor uw vereniging, gaat stap voor stap. Neem er de tijd voor.

De volgende zes stappen helpen u bedrijfssport te implementeren in uw sportvereniging. De stappen zijn een leidraad en contextafhankelijk. Dit betekent dat niet per definitie elke stap exact op uw vereniging van toepassing is.

Sommige stappen worden onderbouwd met citaten uit de showcase van VV de Zwerver en IHC Merwede, die u verderop in dit handboek vindt.

Stap 1: Interne organisatie

Stap 2: Breng de doelgroep in kaart

Stap 3: Leg contact

Stap 4: Maak het sportaanbod concreet

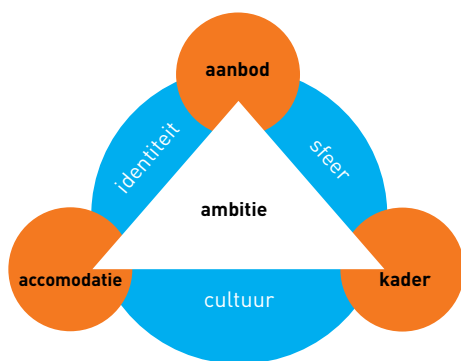
Stap 5: Overeenkomst en uitvoering

Stap 6: Evaluatie en follow up

# Verenigingsmanager De Pelikaan: 'Werk samen met de andere verenigingen op je sportpark. Dan vergroot je het bereik en kun je ook meer sporten aanbieden op een sportdag'

## STAP 1: INTERNE ORGANISATIE

U begint met een interne analyse van uw sportvereniging. Dit wordt aan de hand van onderstaande model gedaan (figuur 1). Het model geeft weer dat de vereniging altijd vanuit een ambitie moet beginnen, met daaraan gekoppeld een doel. Wat wilt uw vereniging bereiken en past bedrijfssport daarin? Tevens moet het aanbod 'bedrijfs-sport' binnen de mogelijkheden van de accommodatie en het kader passen. Het is hierbij belangrijk dat de cultuur, identiteit en sfeer van uw vereniging niet wordt aangetast door het implementeren van bedrijfssport.



Figuur 1: Driehoeks-model sportvereniging<sup>2</sup>

### Ambitie van uw sportvereniging

Het implementeren van bedrijfssport binnen uw sportvereniging begint met het bepalen van uw ambitie en de daaraan gekoppelde doelen. Wat wilt u bereiken met dit aanbod en past het binnen uw vereniging? Dit zijn vragen die u uzelf moet stellen. De mogelijke ambities worden hieronder besproken.

### Meer financiële inkomsten

Als ambitie kunt u denken aan meer financiële inkomsten voor uw sportvereniging. In tijden van economische recessie, is het een uitdaging om uw vereniging op financieel gebied gezond te houden. Bedrijfssport kunt u tegen een marktgerichte prijs bij bedrijven wegzetten, wat bijdraagt aan een financieel gezonde vereniging.

Voorzitter VV de Zwerver: "bedrijfs-sport is een manier om extra geld binnen te krijgen om de doelstellingen van de club te kunnen verwezenlijken."

### Meer leden

Health manager IHC Merwede: "Zowel direct als indirect kunnen leden gerecrueteerd worden door de samenwerking tussen sportclub en bedrijf."

Het vergroten van de zichtbaarheid van uw sportvereniging zorgt er tevens voor dat er indirect leden geworven kunnen worden, denk hier bijvoorbeeld aan kinderen van de werknemers.

### Maatschappelijke rol vervullen

Sportverenigingen die in de buurt gevestigd zijn, kunnen uitgedaagd worden om maatschappelijk bezig te zijn. Indien er een bijdrage geleverd wordt aan de sociale structuur van de wijk, kunnen sportverenigingen voor dat deel bijvoorbeeld gesubsidieerd worden. Bedrijfssport wordt vanuit sommige gemeenten gesubsidieerd vanwege het stimuleren van het sport- en beweeggedrag onder volwassenen.

Voorzitter VV de Zwerver: "het onderhouden van een goede band met de gemeente is een speerpunt bij het binnenhalen van subsidiering."

### Betere bezetting van de sportaccommodatie

Wanneer uw sportvereniging deel uitmaakt van een sportpark is het aan te raden om een gezamenlijk aanbod op te zetten. Het aanbod en de keuze voor de werknemer wordt hierdoor vergroot en het bundelen van krachten reduceert de kosten. Meerdere sportverenigingen bieden gezamenlijk een programma van sportactiviteiten aan, waar sporters gedurende elke levensfase terecht kunnen. Een mogelijk nadeel hierbij is dat sporters wisselen van sporttak en/of sportvereniging. Echter worden sporters gestimuleerd na het afhaken bij de ene vereniging, om bij een andere vereniging aan te haken en op die manier te blijven sporten. Het programma wordt zodanig aangeboden dat de continuïteit van sportbeoefening door de individuele sporter voorop staat en niet de ledenbinding bij één club.

### Accommodatie

Elke sportvereniging heeft de mogelijkheid om een geschikte locatie te vinden om bedrijfssport te organiseren. Een wandelvereniging kan de buitenlucht als locatie gebruiken, terwijl een hockeyvereniging eigen velden in kan zetten voor bedrijfssport. Locaties om bedrijfssport te organiseren zijn:

- Bij het bedrijf zelf (bijvoorbeeld start en finish voor wandel- en fietstochten)
- Een nabij gelegen sporthal
- Eigen accommodatie van de vereniging

# Verenigingsmanager De Pelikaan: 'Extra inkomsten is een belangrijk argument om draagvlak te creëren bij je leden voor bedrijfssport'

31% van de werknemers geeft aan dat de aansluiting op de locatie van het bedrijf een reden is om aan bedrijfssport deel te nemen. 47% van de werknemers geeft aan dat zij bereid is om 10 kilometer te reizen om te kunnen sporten. 21% is zelfs bereid om 25 kilometer te reizen<sup>3</sup>.

Health Manager IHC Merwede: "De ligging van het complex staat mij aan. Het is hier verzamelen en 100 meter lopen en wij zijn er".

## Beschikbaarheid

Er moet natuurlijk wel voldoende veldcapaciteit en materialen zijn. Bepaal voor uzelf wat de mogelijke dagen en tijden zijn voor het organiseren van bedrijfssport. Denk niet alleen aan de avonduren, maar tevens aan de mogelijkheden die uw locatie overdag biedt.

Als u uw accommodatie ter beschikking wilt stellen, neem dan hier tevens de openingstijden van uw kleedkamers en kantine in mee.

## Kader

Een vereniging bestaat uit vrijwilligers, een project als bedrijfssport komt er dan 'bij'. Maak bij de taakverdeling een onderscheid in de organisatie en de uitvoering van bedrijfssport, maar alles valt of staat met het creëren van draagvlak...

## Draagvlak

Het is van belang dat het opzetten van bedrijfssport door uw sportvereniging (leden en bestuur) gedragen wordt. Uw sportvereniging moet op de hoogte zijn van de diverse ontwikkelingen. Dit kan door middel van een informatieavond of tijdens de ledenvergadering.

## Werkgroep

Zijn er leden met de nodige expertise om bedrijfssport te organiseren en contact te leggen met een bedrijf in de buurt? Zo ja, maak deze persoon belangrijk. Zorg ervoor dat hij ambassadeur wordt van uw sportvereniging, om vervolgens als contactpersoon te fungeren richting het bedrijf.

Voor het werven is het van belang om leden en ouders van leden persoonlijk aan te spreken. Op deze manier is direct gepolst of iemand wel of niet geïnteresseerd is en hierdoor weet men tevens de motivatieredenen van deze personen om dit wel of niet te doen. Het is een kwestie van betrokkenheid tonen richting uw leden.

Voor de uitvoering van activiteiten is het belangrijk dat er gekwalificeerde trainers zijn. Welke trainers hebben interesse in het verzorgen van trainingen aan een bedrijf? Welke dag(en) kunnen zij? Welk tijdstip? Wat vragen zij voor financiële vergoeding?

Daarnaast is het raadzaam om een werkgroep te vormen ter ondersteuning van de activiteiten. Bij voorkeur leden met ervaring en contacten met het bedrijfsleven en tevens de gediplomeerde trainer die het sportaanbod aan de werknemers van het bedrijf wil geven.

## Externe ondersteuning

Denk niet dat uw sportvereniging er in haar eentje voor staat. Er zijn meerdere instanties en organisaties die u kunnen ondersteunen met het creëren en implementeren van bedrijfssport.

- Maak het initiatief kenbaar bij de bond waarbij u aangesloten bent en bij de gemeentelijke instantie die verantwoordelijk is voor sport en bewegen in de buurt. Een buurtsportcoach, combinatiefunctionaris

of verenigingsondersteuner kan uw sportvereniging ondersteunen bij het organiseren en uitvoeren van sporttrajecten voor het bedrijfsleven.

- Ook zijn er misschien sportverenigingen in uw omgeving die al aan de slag zijn gegaan met bedrijfssport. Kom in contact met de verenigingen in uw buurt en probeer daar eens informatie te ontsluiten. Wat zijn hun ervaringen en bevindingen, hoe zijn zij te werk gegaan? Zie het niet als concurrentie, maar zie het juist als kans. Het is verstandiger om deels samen te werken en ervaringen te delen. (Atletiekunie, 2011)

## Aanbod

Het aanbod bepaalt het succes. Wissel hierover ook ervaringen uit met andere sportverenigingen. Wat werkt wel en wat werkt niet? U kunt denken aan de volgende vormen:

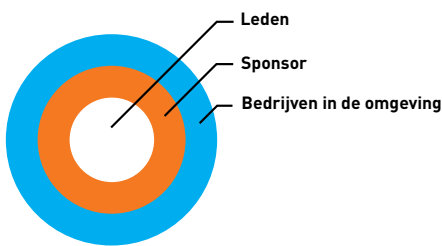
- Het geven van een clinic (éénmalig)
- Het geven van een cursus (4 tot 8 trainingen ter introductie van de sport)
- Voorbereiden op een challenge (voorbereidingstraject op een sportevenement of toernooi)
- Structurele activiteiten. Denk hierbij aan het opzetten van een competitie.



## Verenigingsmanager De Pelikaan: 'De sponsorcommissie zou voor de gein eens moeten kijken welke reclameborden er zijn op het park. Die bedrijven kun je allemaal benaderen voor bedrijfssport'

### STAP 2: BRENG DE MARKT IN KAART

De mogelijkheden van uw sportvereniging zijn in stap 1 kenbaar gemaakt. Nu is het van belang om een bedrijf te vinden die geïnteresseerd is in het willen aanbieden van bedrijfssport voor hun werknemers. Op welke manier kunt u deze bedrijven vinden? Aan de hand van onderstaand figuur wordt besproken welke mogelijkheden hierin zijn.



Figuur 2: Benadering van bedrijven

Zoals figuur 2 weergeeft zijn er drie cirkels waar binnen u op zoek kunt gaan naar geïnteresseerde bedrijven. In welke volgorde u deze cirkels aanpakt, is niet van wezenlijk belang. Begin echter altijd met warme contacten. Hiermee wordt bedoeld dat het verstandig is om allereerst na te gaan met welke bedrijven uw vereniging al goed contact heeft. Bij deze bedrijven kunt u namelijk relatief makkelijk binnen komen.

#### Leden

Leden van uw sportvereniging zijn veelal werkzaam bij een bedrijf. Door kenbaar te maken dat uw vereniging zich wil inzetten voor bedrijfssport, zijn leden de eerste cirkel die u kunt benaderen. Via leden kunt u polsen of bedrijven geïnteresseerd zijn, om vervolgens zelf deze bedrijven te benaderen. Het voordeel hierbij is dat u al een ingang heeft binnen het bedrijf. Tevens kan uw lid als motor dienen om bedrijfssport binnen het bedrijf aan te bieden. Onderschat nooit het netwerk dat u, binnen uw vereniging middels de leden, heeft.

Health Manager IHC Merwede: "Veel leden van de sportvereniging zijn werkzaam bij IHC Merwede"

#### Sponsor

De volgende cirkel die u als sportvereniging kunt betreden is die van de sponsors. Verenigingen hebben veelal sponsors die zich in de vorm van goederen of een financiële transactie aan uw sportvereniging verbinden.

Het benaderen van deze sponsors is een eenvoudige manier om te polsen of deze bedrijven geïnteresseerd zijn in bedrijfssport. Zie het ook als mogelijk onderdeel van de sponsorpropositie. In ruil voor een sponsorbedrag, biedt u niet alleen borden langs het veld aan, maar ook jaarlijks een clinic voor het hele personeel!

#### Bedrijven in de omgeving

De buitenste cirkel betreft bedrijven die in de omgeving van uw sportvereniging liggen. Deze bedrijven kunnen een potentiële klant zijn van uw bedrijfssportaanbod. Doordat de korte afstand een pre is om bedrijfssport aan te bieden bij bedrijven, biedt dit een mogelijkheid voor uw sportvereniging. Denk hierbij aan het benaderen van bedrijven die gevestigd zijn in dichtbij gelegen bedrijvenparken.

# Verenigingsmanager De Pelikaan: 'Bedrijfsport helpt je bij het werven en behouden van potentiële sponsors'

## STAP 3: LEG CONTACT

Hopelijk heeft u na stap twee een lijstje met enkele bedrijven inclusief contactpersonen. Nu dient u daadwerkelijk contact te leggen. Maar hoe pakt u dat precies aan? Het doel is om een fysieke afspraak te maken met de contactpersoon om gezamenlijk te kijken wat jullie voor elkaar kunnen betekenen. Maar met wie moet u contact opnemen binnen een bedrijf?

### Verschil tussen MKB en grootbedrijf

Wanneer u bedrijfsport aan wilt bieden bij het midden-kleinbedrijf, tot 50 werknemers, is uw contactpersoon in veel gevallen de directeur. Bij bedrijven met 50 tot 250 werknemers zie je dat er minimaal 0,5 fte vrijgemaakt is voor een HR manager. Dit is dan de contactpersoon om te benaderen. Bij bedrijven met meer dan 250 werknemers kunt uw contactpersoon tevens een ARBO coördinator, Healthmanager, Health, Safety & Environment manager (in bepaalde sectoren) of bedrijfsarts zijn.

### Telefonische benadering

Veel mensen vinden het vervelend om een ander telefonisch 'lastig te vallen'. Als u een telefoongesprek begint met een negatieve houding dan is het weinig kansrijk<sup>4</sup>. U kunt beter vanuit een andere optiek kijken:

- Uw sportvereniging heeft het bedrijf iets te bieden, namelijk een mooie sport met professionele trainers.
- Er moet geen verkoopgesprek plaatsvinden, maar maak iemand geïnteresseerd en probeer de contactpersoon te verleiden tot een gesprek.

- Maak duidelijk dat het bedrijf van de contactpersoon zorgvuldig gekozen is. U kunt aangeven hoe uw sportvereniging bij het bedrijf is gekomen. Wanneer het bedrijf via een lid is binnengekomen is het verstandig om het contact met het bedrijf aan hem/haar over te laten en eventueel mee te nemen tijdens het kennismakingsgesprek. Een topsporter binnen uw vereniging hierbij betrekken, kan ook een positief effect op de besluitvorming van het bedrijf hebben.

### Kennismaking

Het eerste gesprek is een kennismaking met uw gesprekspartner. Er zijn twee doelen: het opbouwen van een relatie met de contactpersoon en het bekijken wat je voor elkaar kunt betekenen. De volgende punten dienen in acht genomen te worden:

- Oefen uw presentatie voordat u naar een bedrijf gaat. Een voorbeeld van een presentatie vindt u in [bijlage I](#): 'Voorbeeld presentatie'.
- Laat daarin merken dat u heeft nagedacht over wat uw aanbod voor het bedrijf kan betekenen. Denk hierbij aan de voordelen voor het bedrijfsleven.
- Bied een standaard pakket aan of lever maatwerk. Maak een mooie hand-out die u na de presentatie achterlaat.
- Stel uzelf de vraag waarom het bedrijf nee kan zeggen. Doet u dat niet, dan loopt u het risico dat u bij de presentatie met u mond vol tanden zit.
- Denkt u vooraf alvast na over de prijs die u wilt vragen voor het sportaanbod. Bedrijven willen graag weten wat bedrijfsport hen gaat kosten<sup>5</sup>.

Na het kennismakingsgesprek, waarbij is gekeken wat beide voor elkaar kunnen betekenen, ligt het initiatief bij het bedrijf. Het bedrijf moet intern besluiten of het wel of niet wil samenwerken met uw sportvereniging. Hierbij is het belangrijk dat u als sportvereniging een deadline aangeeft over het besluit. Bij een negatief resultaat kunt u nog een laatste poging wagen. Uitgaande van een positief resultaat wordt hierna een vervolfgesprek ingepland voor het concretiseren van het sportaanbod.

4 Website leren.nl, 2012, Telefoneren

5 Sportservicedesk, 2012, Communicatie en PR



## STAP 4: MAAK HET SPORTAANBOD CONCREET

Als een bedrijf interesse heeft, kunt u de invulling van het sportaanbod concreet maken. Dit gebeurt in het tweede gesprek in samenspraak met het bedrijf.

In [bijlage II](#) vindt u een formulier waarmee u de behoefte kunt inventariseren van het bedrijf en een leidraad is voor het gesprek.

Health Manager IHC Merwede: "Je moet kijken naar de ploegendiensten van de medewerkers en de beschikbaarheid van de sportvereniging om iets te kunnen organiseren."

### Creëren (sport)aanbod

Health Manager IHC Merwede: "Als onze werknemers een bepaalde behoefte hebben, dan luister ik daar naar. Bijvoorbeeld 2x in het jaar een voetbaltoernooi. Een werknemer heeft een keer geopperd om te gaan zaalvoetballen. Op zaterdag lukt dat niet want niemand wil op zaterdag sporten."

Voordat uw sportvereniging start met het implementeren van het sportaanbod, is het van belang dat u naast de werkgroep alvast trainers probeert te krijgen die affiniteit hebben met de doelgroep. Deze kunnen binnen de vereniging zitten, maar dit kan ook via netwerken van andere leden in de vereniging.

Bedrijfssport kan inspelen op verschillende typen sporters die ieder een andere invulling van het bedrijfs-sport concept vragen. Wees creatief! Alles kan, geen ja maar... Begin klein en maak uw belofte waar.

### Behoeft van de deelnemer

Het is van belang om aan te sluiten bij de behoefte van de deelnemers. 59% van de werknemers die aan bedrijfssport willen doen geven aan dat het verbeteren van de lichamelijke conditie de voornaamste reden is, gevolgd door het verbeteren van de gezondheid in algemene zin met 56%. Redenen waar u op in kan spelen zijn dus onder andere<sup>6</sup>:

- Verbeteren van lichamelijke conditie (over het algemeen hoge intensiteit)
- Verbeteren van gezondheid in algemene zin (Variërend van lage tot hoge intensiteit)
- Afvallen (lage tot matige intensiteit, langer vol te houden)
- Mentale ontspanning (activiteit dient minder intensief te zijn, lekker bezig zijn is vooral belangrijk)
- Sociale aspect (matig intensief, gezellig bezig zijn is het belangrijkste)

### Sportvormen

Bij het creëren van aanbod voor een bedrijf moet er een keuze worden gemaakt welke methode er gehanteerd gaat worden. Zoals al reeds gemeld is, zijn er verschillende mogelijkheden waarmee u aan de slag kunt gaan. Dit kan afhankelijk zijn van de wens van het bedrijf. Mogelijkheden zijn;

- Een clinic (éénmalig)
- Een cursus (4 tot 8 trainingen ter introductie van de sport)• Een challenge (voorbereidings-traject op een sportevenement of toernooi)
- Structurele activiteiten (een competitie)

56% van de medewerkers geeft aan dat structurele activiteiten het meeste aanspreekt, gevolgd door een cursus met 39%. Het is aan te bevelen dat uw aanbod een structureel en doorlopend karakter heeft<sup>6</sup>.

Health Manager IHC Merwede: "Een toernooi doe je één keer per jaar. Maar we geven wel een aantal trainingen vooraf. Je maakt mensen vertrouwt met de sport. Als je hier mee doorgaat en er plezier in hebt dan vergroot je de vitaliteit"

### Dag en tijdstip

Het is van belang dat het bedrijfs-sportaanbod op de juiste dag en het juiste tijdstip wordt aangeboden. Maandag tot en met donderdag wordt door 50% van de geënquêteerden aangegeven als dagen die het beste uitkomen om te gaan sporten. Het is af te raden bedrijfsactiviteiten te organiseren op de vrijdag en in het weekend.

## Verenigingsmanager De Pelikaan: 'Je moet bedrijfssport commercieel benaderen. De wensen van het bedrijf staan altijd centraal'

Als tijdstip geeft 40% van de werknemers aan dat sporten na werktijd het beste uitkomt. 36% geeft de voorkeur aan 's avonds. Sporten onder werktijd wordt door steeds meer bedrijven geaccepteerd. Soms krijgen medewerkers een uur per week om te sporten. Er is tegenwoordig veel bespreekbaar waardoor uw sportvereniging ook tijdens werktijden de optie heeft om sport te organiseren voor een bedrijf<sup>6</sup>.

### Financiële bijdrage

Zowel de werkgever als de werknemer vragen om gemak en lage kosten bij het aanbieden van bedrijfssport. 28% van de werknemers geeft aan bereid te zijn een financiële bijdrage te leveren om te sporten via het bedrijf. 33% twijfelt hierover. 34% van deze werknemers geeft aan dat zij bereid is om 0 tot 10 euro te besteden en 38% zelfs 10 tot 25 euro per maand. Mogelijkheden voor het verkopen van uw sportaanbod voor een bedrijf kan dus op verschillende manieren plaatsvinden<sup>7</sup>.

- Het bedrijf betaalt voor de werknemers aan uw sportvereniging
- Werknemers betalen uit eigen zak rechtstreeks aan uw sportvereniging
- Het bedrijf betaalt zelf een gedeelte en een gedeelte wordt betaald door de werknemers.

Ook kunt u flexibele lidmaatschapsvormen hanteren voor deze specifieke doelgroep. Bijvoorbeeld een stempelkaart invoeren. Een voorbeeld: 1x in de week een uur recreatief voetbal aanbieden. Lekker voetballen zonder teamverplichting onder leiding van een gekwalificeerde trainer. Het aanbod moet in de sportvereniging opgenomen worden. De verbinding tussen sportvereniging en bedrijf

moet uiteindelijk binnen het beleid van uw sportvereniging en het bedrijf een plaats krijgen.

Voor het maken van een overeenkomst dient u de kosten in kaart te brengen. Denk hierbij aan zaalhuur, lidmaatschap, trainer, reiskosten, materialen, personele uren, inschrijfgeld, verzekeringen zijn kostenposten waar je aan moet denken bij bedrijfssport. De werknemer betaalt in een groot aantal gevallen zelf voor deelname.

Een andere mogelijkheid om een gedeelte van het sportaanbod gesubsidieerd te krijgen is middels de Sportimpuls. Middels de Sportimpuls kunnen sportverenigingen en andere sportaanbieders een subsidieaanvraag indienen voor de organisatie van bedrijfssportactiviteiten. Het programma Sport en Bewegen in de Buurt geldt namelijk ook voor werknemers die werkzaam zijn bij organisaties in de betreffende buurt. Sportaanbieders kunnen hierbij verwijzen naar Bedrijfssport van Stichting Sport & Zaken dat staat omschreven op de Sportimpuls Menukaart.

# Verenigingsmanager De Pelikaan: 'Op het moment dat je niet waar kan maken wat je bent overeengekomen ben je vrij snel klaar'

## STAP 5: OVEREENKOMST EN UITVOERING

Een samenwerkingsovereenkomst kan het beste tot stand komen door deze gezamenlijk te formuleren. Dit is de sterkste basis voor samenwerking, omdat het uitnodigt tot concrete afspraken<sup>8</sup>. Dit kan door het opstellen van; 'een overeenkomst van opdracht'. Een overeenkomst van opdracht ontstaat wanneer de ene partij aan de andere de opdracht geeft werkzaamheden uit te voeren.

In [bijlage III](#) staat een model van een overeenkomst van opdracht, afkomstig van het Nederlands Instituut voor Sport en Beweging, die uw sportvereniging kan gebruiken. Een aantal voorwaarden voor uw sportvereniging bij het opstellen van een overeenkomst is:

- Het overeengekomen resultaat van de overeenkomst van opdracht staat voorop.
- Uw sportvereniging is bij het uitvoeren van de afgesproken werkzaamheden geheel zelfstandig (werk-tijden, etc). Binnen de gemaakte afspraken bepaalt de sportvereniging zelf hoe hij/zij het overeengekomen resultaat zal verwezenlijken.
- De aanwijzingsbevoegdheid van het bedrijf is niet algemeen van aard, maar heeft slechts betrekking op de vooraf overeengekomen opdracht (tijdstop, resultaat, oplevertijd, etc).
- Uw sportvereniging ontvangt van het bedrijf een vergoeding per uur voor het verrichten van de werkzaamheden of een vast bedrag voor de werkzaamheden.
- Sportvereniging factureert aan het bedrijf.

- Uw sportvereniging kan de afgesproken werkzaamheden deels of geheel door een ander laten verrichten, indien hij/zij dit tevoren aan het bedrijf heeft meegedeeld.

Het is goed mogelijk dat de samenwerkingsovereenkomst niet in één keer voldoet aan de wensen van de opdrachtgever. De overeenkomst zal u wellicht een paar keer moeten aanpassen voordat deze voldoet aan de wensen van de opdrachtgever.

### Uitvoering

Gefeliciteerd als de samenwerkingsovereenkomst geslaagd is. Nu is het moment om het aanbod uit te voeren en uw beloftes waar te maken. Veel succes hiermee!

**Voorzitter VV de Zwerver: "Je moet een goede gastheer zijn. Als het op zo'n toernooi een rommeltje is dan komen ze volgend jaar niet meer terug. Dat straft zichzelf af"**

### Communicatie

Voor uw leden is het ook interessant om te weten dat er een samenwerking is tussen u en het bedrijf. Een berichtje op site met informatie hierover kan al voldoende zijn. Stel ook de lokale krant of omroep op de hoogte en nodig hen uit om eens langs te komen bij een training. Dit kan andere bedrijven ook weer op ideeën brengen!

## STAP 6: EVALUATIE & FOLLOW UP

Nu het aanbod is geïmplementeerd, heeft u de grootste stappen al gezet. Het is echter wel van belang dat het aanbod voor bedrijven structureel aanwezig blijft op uw sportvereniging. Dit kunt u bereiken door samen met het bedrijf een aantal tussen- en een evaluevaluatie in te plannen. Door dit samen met het bedrijf op te pakken zorgt u voor betrokkenheid. U blijft op de hoogte van wat er speelt binnen het bedrijf. Een aantal vragen die u hierbij kunt stellen zijn:

- Hoe is bedrijfssport (tot nu toe) ervaren?
- Wat liep goed/minder goed?
- Wat waren de oorzaken?
- Wat kan hiervan worden geleerd?
- Wat moet worden aangepast?
- Zijn er mensen lid geworden?

Een voorbeeld van een evaluatieformulier vindt u in [bijlage IV: Evaluatie](#).

Mocht bedrijfssport positief bij beide organisaties zijn bevallen, probeer dan deze samenwerking voort te zetten. Op deze manier creëert uw sportvereniging een structureel aanbod wat bijdraagt aan de continuïteit van uw sportvereniging.

8 Site Sport en Bestuur, 2002, Heeft u al een netwerkstrategie?



  
**KLM**

DAMLOOP 2009  
  
KLM  
**15194**  
maandag®

  
**KLM**

DAMLOOP 2009  
  
KLM  
**15191**  
maandag®

# Bedrijfssport in de praktijk: twee cases

## Best practice IHC Merwede – VV de Zwerver

### STAP 1: INTERNE ORGANISATIE

Bij IHC Merwede in Kinderdijk –onder andere actief in de scheepsbouw– is sport en beweging een belangrijk onderdeel van het gezondheidsmanagementbeleid. Het bedrijf biedt het personeel de mogelijkheid om te fitnessen, mountainbiken, wielrennen, zwemmen, basketballen, volleyballen en voetballen.

#### Ambitie

Omdat IHC Merwede er belang aan hecht om lokaal maatschappelijk actief te zijn, werkt het bedrijf samen met de nabij gelegen sportvereniging VV de Zwerver. Hun gezamenlijke ambitie is, gezien hun historische verleden, dat ze een nette band met de omgeving willen behouden waarin zij zich bevinden. Volgens de voorzitter van VV de Zwerver is het voor zijn sportvereniging in eerste instantie van belang om financiële steun te krijgen.

#### Accommodatie

VV de Zwerver heeft de beschikking over een aantal voetbalvelden en een eigen clubhuis die zij in kunnen zetten ten behoeven van bedrijfssportactiviteiten. De accommodatie ligt 100 meter van IHC Merwede, waardoor er vanuit bedrijfsoogpunt efficiënt

iets georganiseerd kan worden. Met betrekking tot de beschikbaarheid heeft het bedrijf de roosters van de ploegendiensten afgestemd op de beschikbaarheid van de sportvereniging.

#### Kader

Het draagvlak bij VV de Zwerver is gecreëerd door de voormalige voorzitter van de voetbalvereniging, die perspectief zag om een samenwerking aan te gaan om de verschillende ambities van de voetbalvereniging te verwezenlijken. Uit de contacten die de voorzitter heeft gerealiseerd met de gezondheidsmanager van IHC Merwede, zijn werkgroepen ontstaan die ondersteuning bieden bij het organiseren van activiteiten bij VV de Zwerver. Zij hebben eens per kwartaal een overleg. De uitkomst hiervan is dat zij op één lijn gaan zitten met de activiteiten die in de jaarplanning worden opgenomen.

Vanuit de sportvereniging heeft de voormalige voorzitter ervoor gezorgd dat alle vrijwilligers hun medewerking hebben verleend om het toernooi tot een groot succes te maken. Op de dag zelf kan dat in detail vrij ver gaan, zoals de juiste persoon achter de bar zetten, zodat iedereen prettig wordt bediend.

### STAP 2: BRENG DE MARKT IN KAART

Zonder de voorganger van IHC, JNK Smit, was er geen VV de Zwerver geweest. Zij hebben grond beschikbaar gesteld voor het symbolische bedrag van één gulden per jaar. Hier stond tegenover dat er geen entreegeld gevraagd mocht worden voor wedstrijden van het eerste elftal. Toen de werf uit ging breiden heeft VV de Zwerver het huidige terrein gekregen, dat toen al grond was van het bedrijf. De historische band heeft ervoor gezorgd dat eigenlijk alles bespreekbaar gemaakt kan worden.

### STAP 3: LEG CONTACT

De intensivering tussen de organisaties komt vooral door het contact met de huidige gezondheidsmanager van IHC Merwede. De voorzitter van VV de Zwerver heeft hem ontmoet en dat klikte meteen. Zij hebben de sportmogelijkheden met elkaar besproken en dat heeft ervoor gezorgd dat ze naar elkaar toe gegroeid zijn.



#### **STAP 4: MAAK HET SPORTAANBOD CONCREET**

De samenwerking met VV de Zwerver is uitgegroeid tot een jaarlijks voetbaltoernooi waar bijna 200 IHC'ers aan meedoen. Een eenmalig event, waar ook trainingen aan vooraf gaan. In de toekomst zal de samenwerking intensiveren door het organiseren van een prestatieloop waar de kantine als opvangpunt zal fungeren. Zo nu en dan neemt de gezondheidsmanager van IHC Merwede contact op met de veldbeheerder of hij een instaples op het veld kan geven voor beginnende hardlopers. Dit gebeurt ongeveer vier keer per jaar.

#### **STAP 5: OVEREENKOMST EN UITVOERING**

De activiteiten die worden ondernomen zijn onderdeel van een contract die zij overeengekomen zijn. Bij het opstellen van het contract wordt er specifiek gekeken naar de behoefte van de deelnemers. Ook de kosten worden vastgelegd. IHC Merwede vergoedt de activiteiten grotendeels uit het eigen sportbudget. Als dat niet lukt dan kan het zijn dat er een

kleine bijdrage van de medewerkers gevraagd wordt. Een onderdeel van het sponsorcontract is onder andere dat IHC Merwede de accommodatie mag gebruiken.

Volgens de voorzitter van VV de Zwerver moet er voor het bedrijf een mogelijkheid zijn om een ontbindende voorwaarde in het contract op te nemen wanneer de economische omstandigheden daartoe aanleiding geven.

Bij het organiseren van de activiteiten hebben een aantal personen verschillende verantwoordelijkheden. De sportvereniging neemt bij het voetbaltoernooi een stukje organisatie voor haar rekening. Zij regelen scheidsrechters, zetten de velden uit, zorgen voor een hapje en een drankje, de prijsuitreiking, etc. Zij worden ondersteund door een werkgroep vanuit IHC Merwede en denken mee in het proces. Zelf zorgt het bedrijf voor de communicatie en werving van deelnemers door middel van een interne mailing.

#### **STAP 6: EVALUATIE & FOLLOW UP**

Na een activiteit, bijvoorbeeld het voetbaltoernooi, komt men bijeen om te evalueren. Er wordt gekeken wat de plus- en minpunten zijn van beide kanten en hoe dat in de volgende edities verbeterd kan worden.

Een concreet resultaat is de samenwerking, maar tevens de steun die IHC Merwede geeft aan VV de Zwerver. Continuering is volgens IHC Merwede en VV de Zwerver een essentieel punt voor een goede samenwerking. Dit betekent dat beide partijen jaarlijks bijeenkomen en afspraken maken over wat er het komende jaar gaat plaatsvinden. Op die manier zet de samenwerking tussen het bedrijf en de sportvereniging volwassenen aan tot duurzaam sport- en beweeggedrag. Voor de stimulering heeft VV de Zwerver een aantal sponsorpassen aan het bedrijf ter beschikking gesteld om kosteloos wedstrijden bij te wonen van het eerste elftal.

# Best practice

## Stichting Samenwerkende Sportclubs De Pelikaan Zwolle

### STAP 1: INTERNE ORGANISATIE

De Stichting Samenwerkende Sportclubs De Pelikaan (SSSDP) is opgericht om de samenwerking tussen de vijf verenigingen op Sportpark 'De Pelikaan' te bevorderen. Het is begonnen als een contractpartij voor NOC\*NSF als proeftuin. Het gaat hierbij om voetbalvereniging sv HTC, korfbalvereniging Oranje-Zwart, de Zwolsche Mixed Hockey Club, de Zwolse Tennis Club de Pelikaan en Hippisch Centrum de Haerst. Daarnaast worden er op het sportpark onder andere beachsporten, gehandicaptensport, lacrosse, outdoor fitness, paardrijden, sportief wandelen en ultimate frisbee georganiseerd.

Elke sportvereniging binnen SSSDP heeft de beschikking over een eigen sponsorcommissie die zorgen voor traditionele sponsoring zoals reclameborden, advertenties en banieren op de website. SSSDP zorgt naast deze traditionele vorm van sponsoring voor de grote contracten en hebben de bevoegdheid om de financiële middelen onder de aangesloten sportverenigingen te verdelen.

### Ambitie

SSSDP is gaan kijken hoe zij mensen via bedrijven in Zwolle incidenteel en structureel aan het sporten kunnen krijgen. De achterliggende redenen voor SSSDP om aan bedrijfssport te gaan doen, is in eerste instantie het genereren van meer financiële inkomsten en een bredere bezetting van het sportpark. Door bedrijven te benaderen wordt de doelgroep volwassenen aangesproken, waardoor er meer leden gegenereerd worden. Omdat SSSDP is voortgekomen uit een proeftuin van NOC\*NSF blijft de maatschappelijke rol, namelijk meer volwassenen aan het sporten krijgen, één van de ambities die zij nastreven.

### Accommodatie

SSSDP is erop gericht om bedrijven naar het sportpark te halen. Dat heeft een aantal voordelen. Het sportpark staat leeg en er kan meer gebruik van gemaakt worden. Een spanningsveld hierbij is dat het voor extra overlast kan zorgen, zoals bijvoorbeeld geluidsoverlast. SSSDP geeft aan dat een sportvereniging prima naar een bedrijf kan gaan, omdat veel sporten mobiel zijn wat betreft materialen.

### Kader

Om draagvlak bij de sportverenigingen te creëren voor bedrijfssport heeft SSSDP de voordelen ervan benadrukt. Het bestuur moest in gaan zien dat het een extra mogelijkheid is om inkomsten te genereren. Een sportvereniging moet ingericht zijn om flexibele lidmaatschappen aan te bieden aan het bedrijfsleven. Een tip bij de uitvoering is om als eerste de trainers erbij te betrekken voor het creëren van draagvlak.

### STAP 2: BRENG DE DOELGROEP IN KAART

Het is een mooie taak voor een verenigingsmanager om bedrijven te vinden die zich kunnen identificeren met het sportpark. Hierbij speelt het netwerk van de sportverenigingen een belangrijke rol. Denk hierbij aan de leden van de sportverenigingen. Dit heeft als voordeel dat zij kunnen dienen als promotor van bedrijfssport bij het bedrijf.

### STAP 3: LEG CONTACT

Bij het contact leggen geeft de verenigingsmanager van SSSDP aan dat het gebruiken van de leden een goed hulpmiddel is. Zij zijn immers de ambassadeurs van de sportvereniging en kunnen bij hun werkgever het onder de aandacht brengen dat er iets georganiseerd kan worden.

### STAP 4: MAAK HET SPORTAANBOD CONCREET

SSSDP heeft incidenteel en structureel sportaanbod geconcretiseerd, aangezien niet ieder bedrijf met hetzelfde doel meedoet aan bedrijfs-sport. Zij hebben zich ingeleefd in de ondernemer. Wat wil zo'n ondernemer precies? Voor de werknemers van een bedrijf kan je een tennis- of voetbaltoernooi organiseren. Daarnaast heeft de verenigingsmanager gezien dat het voor sportverenigingen interessant om iets te organiseren waarbij je ondernemers de gelegenheid geeft om tegen elkaar te sporten en een ontmoeting te creëren. De sportvereniging moet goed voor ogen hebben of het voor het plezier is of voor de

prestatie. Concrete voorbeelden die de sportverenigingen in samenwerking met SSSDP hebben ontwikkeld zijn:

- Een tennislidmaatschap waarbij een ondernemer vier tennislidmaatschappen aan kan schaffen
- Een bedrijfshockeycompetitie
- Een bedrijfsbeachvolleybalcompetitie van 8 weken in mei en juni.
- Een jaarlijks terugkerende sportdag voor het naastgelegen bedrijventerrein. Ondernemers strijden tegen elkaar in verschillende sporten zoals hockey, korfbal, beachvolleybal, tennis en voetbal.
- Een jaarlijks terugkerende horeca-toernooi. Lunchvoetbal voor ondernemers is in ontwikkeling.

De keuze uit meerdere sporten maakt de propositie van SSSDP veel sterker en heeft een minder populaire sport, zoals korfbal, zijn waarde kunnen tonen als onderdeel van een sportdag.

### STAP 5: OVEREENKOMST EN IMPLEMENTATIE

Waar het volgens de verenigingsmanager van SSSDP om gaat is dat er goed gekeken moet worden naar de budgettering van bedrijven. Zij zien namelijk graag een bedrag per persoon. Je moet als sportaanbieder

bedenken wat je aan kan bieden voor een bepaalde hoeveelheid personen. Je moet het zo samenstellen dat de ondernemer weet hoeveel het hem per persoon gaat kosten. Daarbij moet je hem of haar niet onnodig gaan belasten met allerlei facturen.

### STAP 6: EVALUATIE & FOLLOW UP

De sportverenigingen die zijn aangesloten bij SSSDP staan open voor feedback van bedrijven. Iedereen zit in een betrekkelijk nieuw proces en daarom kunnen de sportverenigingen iets van het bedrijfsleven leren, maar ook zeker andersom. Het is belangrijk dat er een commissie is binnen het bedrijf waarmee zaken, zoals de invulling en het proces, besproken kan worden.

Wist u dit over....

# sportverenigingen

- 'Het activiteiten aanbod omvat bij 70% van de sportverenigingen de gebruikelijke trainingen, competities, toernooien en wedstrijden. Clinics en cursussen worden door 30 tot 40% van de sportverenigingen georganiseerd<sup>9</sup>.'
- '15% van de sportverenigingen heeft sportaanbod voor bedrijven en mensen met een handicap<sup>9</sup>.'
- '9,1% van de geënquêteerde sportverenigingen organiseert sportaanbod voor bedrijven<sup>10</sup>.'
- 'Bedrijfssport is bij 47,1% van de sportverenigingen tot stand gekomen doordat de vereniging het initiatief nam om contact te leggen met het bedrijfsleven en zo tot bedrijfssport<sup>10</sup>.'
- '39,7% van de sportverenigingen geeft aan dat extra financiële inkomsten (o.a. sponsoring) de reden is geweest om bedrijfssport aan te bieden<sup>10</sup>.'
- 'De belangrijkste belemmering om bedrijfssport aan te bieden is volgens 84,7% van de sportverenigingen; onvoldoende mankracht<sup>10</sup>.'



Foto: Ton Groenendijk

9 Verenigingsmonitor, 2008

10 Sport & Zaken, 2012, Onderzoek onder 10.000 werknemers

Wist u dit over....

# het bedrijfsleven

## Productie en winst

'De BV Nederland kan 380 tot 930 miljoen euro per jaar verdienen als meer medewerkers gaan sporten en bewegen<sup>11</sup>.'

'Het sporten zelf kost slechts 230 miljoen euro, vooral door sportblessures.'

'Naar schatting is het productiviteitsverlies door overgewicht 2 miljard euro op jaarbasis<sup>12</sup>.'

Uit onderzoek van NOC\*NSF en VODW Marketing bleek dat 75% van de werkgevers meer aandacht wilde besteden aan gezondheid van hun werknemers terwijl slechts 26% dit ook daadwerkelijk deed<sup>13</sup>.'

## Nederlandse Norm Gezond Bewegen

'In 2000 voldeed nog maar 44% van de werkende bevolking aan de NNGB (Nederlandse Norm Gezond Bewegen). In 2009 is dit aantal gestegen naar 67%<sup>14</sup>.'

## Sport en werkprestatie

Onderzoekers van de Universiteit van Bristol<sup>15</sup> in Engeland onderzochten werknemers op hun prestaties en gemoedstoestand op werkdagen waarop ze wel en niet aan sport deden. Het verschil was duidelijk. Op sportdagen werkten ze duidelijk beter.

- 72% besteedde zijn tijd efficiënter
- 79% presteerde beter
- 74% kon beter omgaan met de werkdruk

En dat is nog niet alles:

- 26% kon beter omgaan met de stress
- 33% was gemotiveerder om te gaan werken
- 26% kon zich beter concentreren op het werk
- 28% nam veel minder pauzes
- 27% kon zijn werk op tijd afmaken

## Motivatie van werknemer om te sporten

84% van de werknemers wil graag sporten via het werk of twijfelt; slechts 16% wil niet meedoen. Maar waarom willen werknemers sporten?

- Werknemers sporten niet alleen samen voor het sociale aspect (47%): 59% wil de lichamelijke conditie verbeteren en 56% de algemene gezondheid
- Daarnaast zijn er andere redenen om te gaan sporten: mentale ontspanning (43%) en aansluiten bij werktijden (37%)<sup>16</sup>.

## Wensen vanuit werkgever voor bedrijfssport

- Het moet eenvoudig te organiseren zijn (mag niet teveel tijd kosten voor de werkgever)
- Het moet niet te duur zijn. Dit betekent niet dat er geen marktprijs voor de activiteit gevraagd mag worden
- Het moet origineel, of heel goed in de basis zijn (hardlopen)
- Er moet lichamelijke beweging aanwezig zijn
- Lage instapdrempel, om inactieve mensen te kunnen enthousiasmeren

11 Site NISB en Diabetes Fonds, 2011, Nieuws

12 Rapportage Sport, 2008

13 NOC\*NSF en VODW Marketing, 2006

14 Trendrapport Sport en Bewegen, 2008/2009

15 Site Gezond in bedrijf, 2010, Sport verbetert de werkprestatie

16 Sport & Zaken, 2012, Onderzoek onder 10.000 werknemers

# Bijlage I: Voorbeeld presentatie

## Voorbeeld presentatie bedrijfssport

Naam van uw vereniging

1

## Inhoudsopgave

- Punten die u wilt bespreken
- 
- 

2

## Waarom dit bedrijf?

- Voorbeelden:
- Afstand tot uw sportvereniging is kort
- Is wellicht sponsor bij uw sportvereniging
- Etc.

3

## Wat biedt bedrijfssport voor voordelen?

- Zie voordelen bedrijfssport in het sporthandboek

4

## Wat zijn de wensen van dit bedrijf?

- Als u de wensen en behoeften van het bedrijf weet, geef deze dan weer. Mochten deze nog niet bekend zijn, probeer deze dan na de presentatie te weten te komen

5

## Wat biedt uw sportvereniging?

- Voorbeelden:
- Enthousiaste trainer
- Divers sportaanbod
- Goede faciliteiten
- Etc.

6

## Financieel aanbod

- Geef alvast indicatie van de prijs die uw sportvereniging aan het bedrijf wil vragen

7

## Afsluiting

- Alle informatie kort en bondig herhalen
- Ga nu in gesprek met het bedrijf
- Eventueel: de wensen van het bedrijf nagaan.

8

# Bijlage II: Creëren aanbod

**Om een goed en passend aanbod te kunnen doen willen wij graag de volgende informatie van u weten.  
Met deze informatie kunnen wij een passend aanbod voor u maken.**

Wat is de doel van het bedrijfssporttraject?

- Teambuilding
- Associatie
- Energie
- Mobiliteit & Vitaliteit

Van welke vorm wilt u een offerte?

- Clinic
- Introductie cursus
- Toewerken naar een evenement
- Structurele activiteiten

Voor welk niveau moet de training(en) georganiseerd worden?

- Beginners
- Gevorderden
- Beginners en gevorderden door elkaar
- Inactieven
- Mensen met overgewicht
- Andere doelgroep, namelijk \_\_\_\_\_

Op welke datum / in welke periode moet het bedrijfssporttraject plaatsvinden?

---

Hoeveel trainingen wilt u organiseren?

\_\_\_\_\_ trainingen

Wanneer wilt u trainen?

- Eenmalig
- Wekelijks
- Tweewekelijks
- Andere vorm, namelijk \_\_\_\_\_

## Bijlage II: Creëren aanbod

Op welke dag(en) wilt u trainen?

Ik wil graag trainen op \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Op welke tijd wil u trainen?

Ik wil graag trainen tussen \_\_\_\_\_ uur en \_\_\_\_\_ uur

Waar moeten de trainingen plaatsvinden of vanaf waar wordt er gestart?

De plaats of het startadres is \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Hoeveel deelnemers verwacht u dat er deelnemen?

- Tussen de 0 en 10
- Tussen de 10 en 20
- Meer dan 20, namelijk \_\_\_\_\_

Verwacht u dat er deelnemers zijn met een medische indicatie?

- Ja
- Nee

Wilt u nog andere zaken in de offerte meenemen?

- Kosten van een prominent
- Kosten van een fysiotherapeut
- Kosten van een informatieavond
- Kosten voor catering



# Bijlage III: Modelovereenkomst van opdracht

OVEREENKOMST VAN OPDRACHT (NISB, 2012)

## **Inleiding**

Een belangrijk onderdeel bij het opzetten van bedrijfssport is het bereiken van een overeenkomst met het bedrijf over de doelen en omvang van het project, de middelen die nodig zijn, wie erbij betrokken zijn en hoe de organisatie van het project zal verlopen.

## **Doel**

Het doel van dit hulpmiddel is het opstellen van een overeenkomst met het bedrijf.

## **Naam project:**

---

## **Aanleiding project:**

---

---

---

# Bijlage III: Modelovereenkomst van opdracht

## OVEREENKOMST

### 1. Doelen van het project:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### 2. Omvang van het project:

Welke activiteiten worden ondernomen?

---

---

---

Worden het groepsactiviteiten en/of individueel georiënteerde activiteiten?

---

---

---

Welke problemen worden bespreekbaar gemaakt?

---

---

---

### 3. Verantwoordelijkheden van betrokken sleutelfiguren/structuren:

- Directie
- Management
- Afdelingshoofden
- Afdeling P&O
- Arbo
- HSE
- KAM
- Facilitaire dienst
- Afdeling communicatie
- Bedrijfsrestaurant
- OR
- VGW commissie
- Werknemers
- Externe adviseurs

# Bijlage III: Modelovereenkomst van opdracht

## 4. Duur project

**Stap 1:** draagvlak \_\_\_\_\_

**Stap 2:** structuur \_\_\_\_\_

**Stap 3:** behoefteanalyse \_\_\_\_\_

**Stap 4:** ontwikkelen en plannen \_\_\_\_\_

**Stap 5:** uitvoeren \_\_\_\_\_

**Stap 6:** evaluatie \_\_\_\_\_

**Stap 7:** verankeren \_\_\_\_\_

## 5. Budget en middelen

Financiën: \_\_\_\_\_

Tijd: \_\_\_\_\_

Personeel: \_\_\_\_\_

Materiaal, informatie: \_\_\_\_\_

Ruimte: \_\_\_\_\_

Uitrusting: \_\_\_\_\_

Aldus in tweevoud opgemaakt en getekend, op <datum> \_\_\_\_\_

1.<Sportvereniging> \_\_\_\_\_ 2.<bedrijf> \_\_\_\_\_

<naam> \_\_\_\_\_ <naam> \_\_\_\_\_

<functie> \_\_\_\_\_ <functie> \_\_\_\_\_

# Bijlage IV: Evaluatie

Hoe tevreden bent u over het geboden bedrijfssportaanbod?

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

Hoe tevreden bent u over de kwaliteit van de trainer(s)?

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

Toelichting:

---

---

---

Geef een korte beschrijving van het aanbod:

---

---

---

Hoeveel medewerkers hebben deelgenomen aan het bedrijfssport-traject?

Aantal medewerkers:

---

Hoe tevreden bent u over de samenwerking met de sportvereniging tijdens dit traject?

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

# Bijlage IV: Evaluatie

Hoe beoordeelt u het aanbod t.o.v. uw verwachtingen vooraf?

Toelichting:

---

---

---

Welke aanvullende diensten heeft u gemist in het aanbod?

---

---

---

Wat is uw eindwaardering voor het gehele bedrijfssport-traject?

1      2      3      4      5      6      7      8      9      10

Toelichting:

---

---

---

Wilt u dat de sportvereniging naar aanleiding van deze evaluatie nog contact met u opneemt?

Ja

Nee



**Nederlands  
Olympisch Comité  
Nederlandse  
Sport Federatie**

