

A group of about 12 young people, mostly teenagers, are posing outdoors in a wooded area. They are dressed in casual streetwear like hoodies and jeans. Several of them are holding hockey sticks, and one is holding a hockey ball. They are all smiling and looking towards the camera. In the top right corner, there is a yellow graphic element with the text 'WHITE PAPER' in white capital letters.

WHITE
PAPER

BOEIEN & BINDEN VAN JEUGD

DE NIEUWE GENERATIE HOCKEYERS



INHOUDSOPGAVE

- 04** Generatie Z
- 06** Inzichten jeugd tot 12 jaar
- 10** Inzichten jeugd 12 tot 18 jaar
- 12** Verschillen tussen jongens en meisjes
- 16** Tips voor trainers en coaches
- 18** Tips voor het maken van teamindelingen
- 20** Tips voor de vereniging



GENERATIE Z

Hoe krijgen we meer jeugd aan het hockeyen en hoe zorgen we ervoor dat jonge hockeyers verbonden blijven aan de sport? Waar heeft deze generatie behoefte aan? Hoe willen ze aangesproken worden en wat heeft een vereniging nodig om hiermee aan de slag te gaan? Deze whitepaper geeft inzicht in de ontwikkelingen en behoeften van de jeugd en hoe verenigingen kunnen aansluiten bij de Generatie Z.



BOEIEN & BINDEN VAN JEUGD



De KNHB streeft naar een evenwichtig ledenbestand¹. Dit zorgt namelijk voor een betere sfeer op de vereniging en een stabiele jongenscompetitie die uiteindelijk een bredere basis legt voor de top. Feit is echter dat het huidige ledenbestand niet evenwichtig is. Het aantal leden groeit explosief onder meisjes, maar de jongens blijven achter. Maar liefst 64% van de hockeyers is vrouwelijk. Nog verder uitgesplitst is te zien dat dit percentage op jongere leeftijd zelfs 70% is. Pas vanaf 25 jaar zijn er meer mannelijke hockeyers lid van een vereniging. Conclusie: mannen blijven langer hockeyen dan vrouwen.

Specifiek onder jeugdleden is een krimp te zien in de groei van leden bij zowel jongens als meisjes. Een trend die zichtbaar is in de gehele sportwereld. Er gaan weliswaar meer kinderen sporten², anders sporten is de trend. Onder 12- tot 18-jarigen neemt de instroom van nieuwe leden af en de uitstroom toe. Tijd voor actie dus!

De afgelopen jaren zijn inzichten opgedaan via verschillende onderzoeken onder jongens, ouders van jongste jeugd en 12- tot 18-jarigen. De visie op de ontwikkeling van hockeyers (6 x VOORUIT IN HOCKEY)³ is getoetst en de merkwaarde van de KNHB en de hockeysport in het algemeen is gemeten. Met deze inzichten kunnen de KNHB en hockeyverenigingen aan de slag om ons hockeeraanbod en het boeien en binden van jeugd te verbeteren.

1. Koninklijke Nederlandse Hockey Bond. (2014). *Strategische visie 2020*.

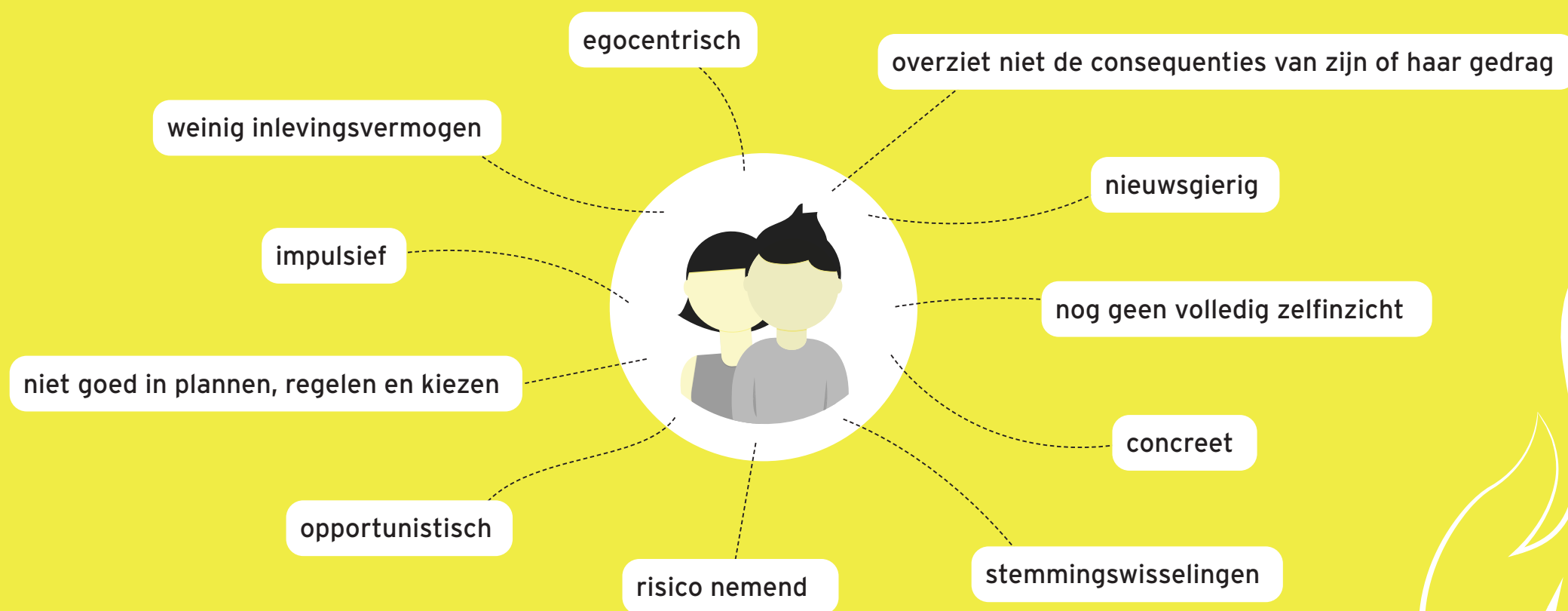
2. NOC*NSF. (z.d.). *NOC*NSF Sportdeelname Index - NOCNSF*.

3. Koninklijke Nederlandse Hockey Bond. (2018). *6 X VOORUIT IN HOCKEY*.

INZICHTEN JEUGD TOT 12 JAAR

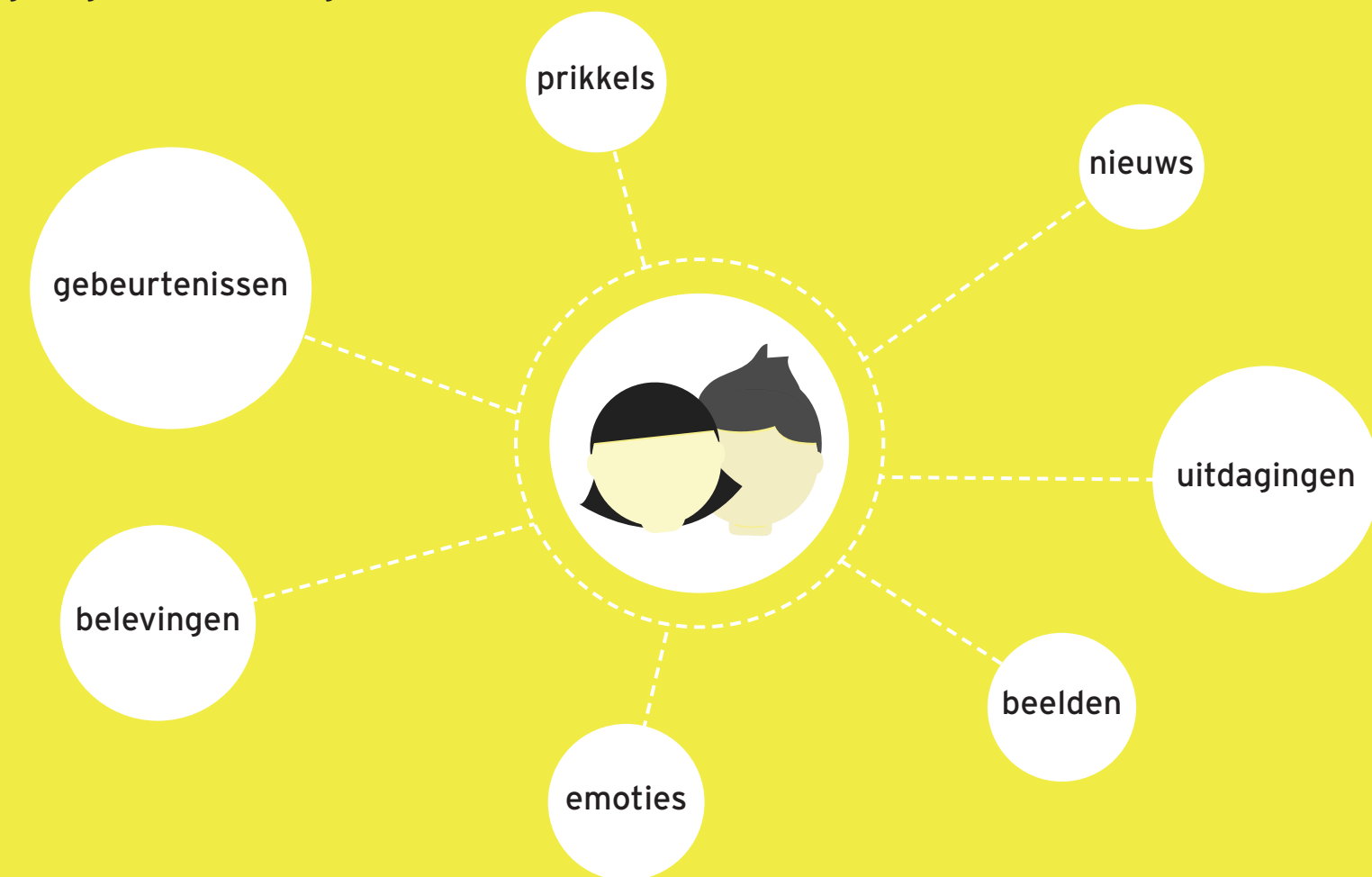
Kinderen zijn altijd in ontwikkeling en ieder kind ontwikkelt zich op zijn of haar eigen tempo. In de sport gaat het om de **fysieke, cognitieve, emotionele** en **sociale** ontwikkeling.

Eigenschappen kinderen tot ongeveer 12 jaar:



‘Een traag groeiende boom kan ook de hoogste boom worden’ - Jelle Jolles⁴

De ontwikkeling van een kind wordt bepaald door zijn of haar omgeving, dus ook vanuit de hockeyvereniging. Het brein is hongerig en wil gestimuleerd worden. Het brein is van nature nieuwsgierig, maar moet een omgeving hebben die zorgt voor:



4. Jolles, J. (2017). *Het tienerbrein* (1ste editie). Amsterdam, Nederland: Amsterdam University Press.

HOE GA JE HIERMEE OM?⁵

- Zorg voor een **veilige omgeving** waarin het kind echt zichzelf durft te zijn.
- Focus op **spelen** en **plezier** maken, daarmee worden de meeste vaardigheden ontwikkeld.
- Gebruik veel **voorbeelden** en **inspireer**. Een kind heeft nog weinig ervaringen en weet nog niet goed wat het leuk vindt.
- **Samen spelen** moet je leren. Leer kinderen omgaan met de sociale omgeving.
- **Zelfinzicht** en **zelfregulatie** kun je trainen. Bouw dit langzaam op in en rond de trainingen, maar besef dat zelfregulatie zich nog ver tot na het twintigste levensjaar ontwikkelt.
- Focus op de **brede vorming** (fysiek, cognitief, emotioneel en sociaal) van kinderen, maar houdt de 'snelle groeier' wel gemotiveerd.
- **Investeer in 'groei'**, zet het kind niet te vroeg op een te hoog niveau.
- Laat de **tiener** ook de assistent-trainer zijn, hij of zij spreekt de taal van de jeugd.
- Bied **breder activiteiten** aan (ook buiten het hockey), dit stimuleert de nieuwsgierigheid.



5. Jolles, J. (2017).
Het tienerbrein (1ste editie).
Amsterdam, Nederland:
Amsterdam University
Press.



INZICHTEN JEUGD 12 TOT 18 JAAR

Vanaf 12 jaar stromen er meer kinderen uit dan erbij komen. De grootste piek van deze uitstromende jeugd ligt bij 18-jarigen. Waar ligt dit aan? En wat maakt dat kinderen wél blijven hockeyen? Om hier meer inzicht in te krijgen, hield de KNHB een onderzoek onder de A-, B- en C-jeugd.⁶

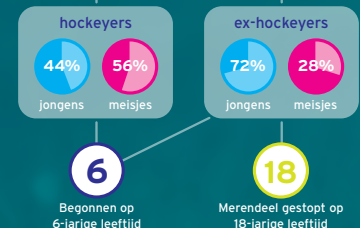
6. Koninklijke Nederlandse Hockey Bond. (2019). Behoeftteonderzoek A-, B-, C-jeugd.

ONDERZOEK: Hoe bind en behoud je jongeren bij de vereniging?

WIE

Wie deden er mee aan het onderzoek?

1500
(ex-)hockeysers tussen 12 en 18 jaar



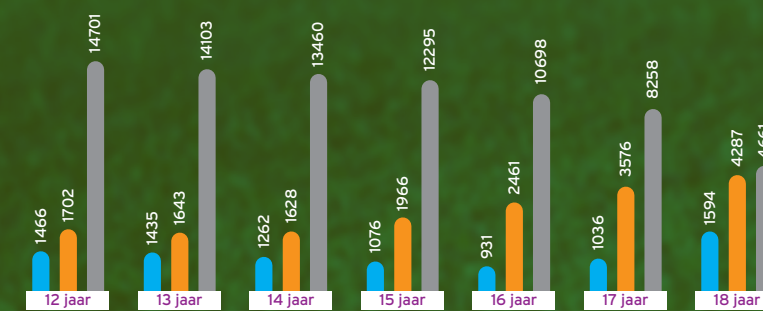
WAAROM

Belangrijkste redenen om te beginnen met hockeyen



INSTROOM & UITSTROOM JEUGDLEDEN per leeftijd

● Gemiddelde instroom ● Gemiddelde uitstroom ● Gemiddeld aantal jeugdleden



In bovenstaande grafiek zie je per leeftijd het aantal instromers, uitstromers en jeugdleden in Nederland (gemiddeld genomen over de afgelopen 6 seizoenen)

Wat kan je aflezen?
25% van de kinderen tussen 12 en 18 jaar die stoppen met hockey doet dit op 18-jarige leeftijd

BELANGRIJKSTE FACTOREN VOOR DE HOCKEYBELEVING

Het team is samengesteld op basis van:

- Een gelijkwaardig niveau van de spelers
- De sfeer in het team
- Gelijkheid in inzet en motivatie

TEAM

Het team is **onvoldoende** samengesteld op basis van:

- Een gelijkwaardig niveau van de spelers
- De sfeer in het team
- Gelijkheid in inzet en motivatie

In sommige regio's hebben verenigingen te weinig jongens om gelijkwaardige teams te kunnen vormen

Een goede sfeer op de vereniging doordat er leuke activiteiten worden georganiseerd

- Een kwalitatief goede accommodatie met (bij voorkeur) watervelden

VERENIGING

Een tekort aan waardering, aandacht en betrokkenheid

- Een gebrek aan evenredige aandacht voor de niet-selectieteams
- Een oneerlijke en niet-transparante selectie-procedure

Een passende trainer/coach met een sociale klik met het team

- Aandacht voor persoonlijke ontwikkeling
- Aandacht voor de ontwikkeling van het team

TRAINER/COACH

Geen trainer/coach

- Geen passende trainer/coach die een sociale klik heeft met het team
- Geen aandacht voor persoonlijke ontwikkeling

De belangrijkste kwaliteiten van een trainer/coach zijn:

- Kan goed motiveren
- Kan goed uitleggen
- Is zelf een goede hockeyer
- Vindt de juiste balans tussen positief coachen, ruimte voor plezier en streng zijn
- Is benaderbaar

Vaste trainings- en wedstrijdtijden

- Als er meer hockey- en sportgerelateerd aanbod wordt georganiseerd

HOCKEYAANBOD

Geen flexibiliteit in aanbod en een weinig flexibele houding van de vereniging

TIPS!

Besteed structureel aandacht aan het werven en behouden van jeugd (en in het bijzonder van jongens)





VERSCHILLEN TUSSEN JONGENS EN MEISJES

Jongens en meisjes ontwikkelen zich op een verschillend tempo en op een andere manier.⁷ Beiden hebben hun eigen voorkeuren, leerstijlen en dus ook aanpak nodig. Het is dus goed om te weten wat die verschillen precies zijn.

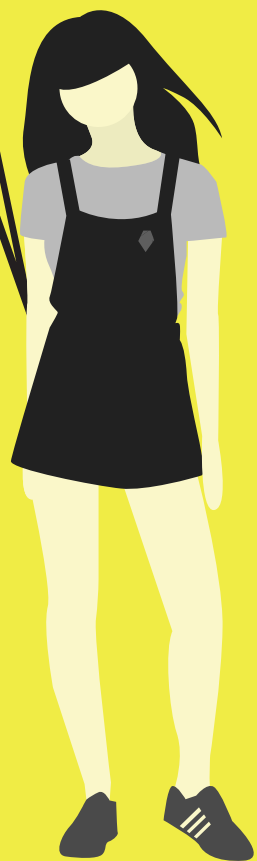


7. Woltring, L. (2017b).
Dat maak ik zelf wel uit!?
(6de editie). Utrecht,
Nederland: Uitgeverij
Mooischrijf Bv.

JONGENS

- Ik geef de voorkeur aan de rechter hersenhelft. Deze helft:
 - is verbonden met de linkerkant van mijn lichaam.
 - verwerkt informatie op abstracte en holistische wijze.
 - interpreteert taal non-verbaal.
 - herkent plaatsen, gezichten, objecten, muziek.
 - fantaseert over abstracte zaken (zoals sciencefiction en games).
 - is minder gedetailleerd en meer concreet met betrekking tot herinneringen.
 - voert relationele en wiskundige functies uit.
 - organiseert gebeurtenissen in ruimtelijke patronen.
- Ik leer beter wanneer mijn lichaam in beweging is.
- Ik herken makkelijk plaatsen, gezichten en objecten.
- Wanneer ik eerst mag tekenen is het verhaal dat ik daarna schrijf beter.
- Ik leer beter wanneer ik weet waarom ik moet leren.
- Ik heb meer tijd nodig om mijn gevoelens te verwerken, voordat ik goed kan vertellen hoe ik me voel.
- Ik ben eerder geneigd fysiek te reageren wanneer ik me bedreigd of emotioneel geladen voel.
- Ik ben sterk in ruimtelijk denken, mentale manipulatie van objecten en abstract denken.
- Gezonde concurrentie helpt mij gemotiveerd te zijn en beter te presenteren.





MEISJES

- Ik geef de voorkeur aan de linker hersenhelft. Deze helft:
 - is verbonden met de rechterkant van mijn lichaam.
 - verwerkt informatie opeenvolgend en op analytische wijze.
 - genereert gesproken taal.
 - herkent woorden en getallen.
 - reageert meer op externe stimuli die binnenkomen via de zintuigen, zoals geur en textuur.
 - creëert herinneringen (waaronder hyperbolische ofwel sterke overdreven herinneringen).
 - voert rekenkundige functies uit (optellen, aftrekken, vermenigvuldigen, delen).
 - zoekt verklaringen voor het optreden van gebeurtenissen.
- Ik heb een sterk emotioneel geheugen.
- Omdat mijn hersenhelften beter kunnen samenwerken ben ik beter in multitasken.
- Omdat mijn hersenhelften beter samenwerken kan ik over het algemeen beter vertellen hoe ik me voel.
- Ik ben goed in het lezen van emotionele signalen bij anderen.
- Ik kan informatie beter omzetten van het werkgeheugen naar het langetermijngeheugen.
- Ik kan informatie uit een training beter verwerken en hierop reageren.



TIPS VOOR TRAINERS EN COACHES

BLIJF IN BEWEGING

Jongens willen bewegen. Het lichaam is niet gemaakt om lang stil te zitten of staan. Meisjes zijn over het algemeen minder beweeglijk en hebben een langere spanningsboog. Verwerk cognitieve opdrachten in de trainingen en combineer bewegen met denken.



MAAK HET VISUEEL

Visueel-ruimtelijke middelen kunnen zorgen voor een betere aansluiting op de leerbehoefte. Jongens hebben baat bij een plaatje (voorbeeld). Meisjes kunnen de instructie in woord makkelijker zelf vertalen naar een plaatje. Zorg voor 3D-oefeningen door bijvoorbeeld containers of autobanden te gebruiken.

SAMEN LEREN EN EXPERIMENTEREN

Stimuleer het eigen leerproces. Door diverse samenwerkings-opdrachten kunnen zowel jongens als meisjes van elkaar leren. Meisjes gaan planmatig te werk, terwijl jongens meer ontdekkend leren. Trial and error, jongens leren door te experimenteren.



INITIATIEF EN AUTONOMIE

Betrek de jongens bij de oefeningen op de training. Laat ze een oefening bedenken bij de warming up. Jongens voelen zich betrokken als ze zelf oefeningen mogen uitleggen en voordoen. Meisjes zijn wat meer taakgericht en zullen de oefening 'netjes' proberen uit te voeren.



HET MOET ERTOE DOEN

Leg uit waarom jullie deze oefening doen. Om jongens en meisjes gemotiveerd te houden moet de trainingsstof relevant zijn. Maak bijvoorbeeld een duidelijke koppeling naar de wedstrijd en werk tijdens trainingen met specifieke thema's.



LAAT KINDEREN ZELF ACTIVITEITEN ORGANISEREN EN UITVOEREN

En zet ze in voor de verschillende communicatiekanalen. Zij weten hoe ze leeftijdsgenoten het beste aan kunnen spreken.



KRUIP IN HET BREIN VAN DE KINDEREN

Een positieve relatie tussen de trainer/coach en de kinderen zorgt voor een positieve leeromgeving. Wees je ervan bewust dat jongens graag een wedstrijdje doen. Doe regelmatig spelletjes met een wedstrijdelement. Meisjes vinden het samen oefenen belangrijk en willen zich minder meten aan anderen. Zorg dat je aansluit bij hun belevingswereld.

TIPS VOOR HET MAKEN VAN TEAMINDELINGEN

Teamindelingen zijn ieder jaar een uitdaging voor hockeyverenigingen. Het is lastig om aan ieders wensen te voldoen en niet iedereen is het er altijd mee eens. Uit het behoefteonderzoek onder de A-, B- en C-jeugd blijkt dat zij het proces van de teamindelingen niet transparant vinden. Dus, hoe pak je die teamindelingen nou het beste aan?

ALGEMENE TIPS:

- Creëer draagvlak en bied transparantie wat betreft de teamindelingen.
- Zorg voor duidelijke communicatie over de procedure.
- Deel de procedure van tevoren via verschillende kanalen met leden en hun ouders. Alleen een plekje op de website is niet voldoende.
- Betrek leden en hun ouders bij de manier waarop teams moeten worden ingedeeld.

TIPS VOOR TEAMINDELINGEN TOT 12 JAAR:

- Selecteren op talent levert in deze leeftijdscategorie weinig op en legt een grote druk op jonge spelers en hun omgeving.
- Kinderen zijn continu in ontwikkeling. De topper van straks kan nu een 'bloemetjesplukker' zijn en het talent van nu kan straks een ongemotiveerde puber worden. Zorg daarom voor goede begeleiding op alle teams.

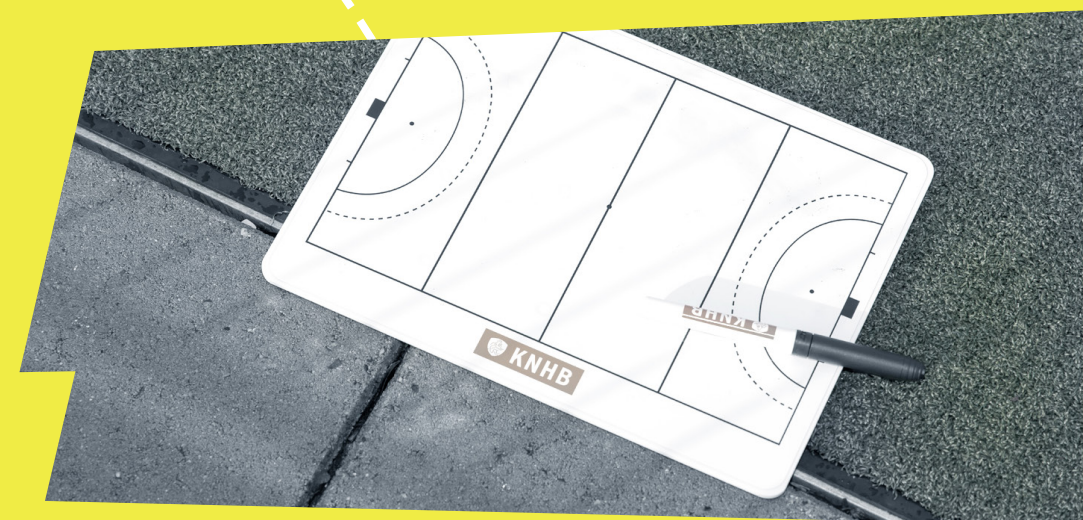


- Focus niet alleen op de fysieke ontwikkeling van een kind, maar ook op de cognitieve, emotionele en sociale ontwikkeling.
- Kijk verder dan alleen hockey technisch talent. Kijk ook naar de ontwikkelpotentie. Houd daarmee rekening met de achtergrond van een kind (leef- en leeromgeving).
- Zet het kind niet te vroeg op een te hoog niveau; investeer in 'groei'.
- Onthoud: "Een traag groeiende boom kan ook de hoogste boom worden".

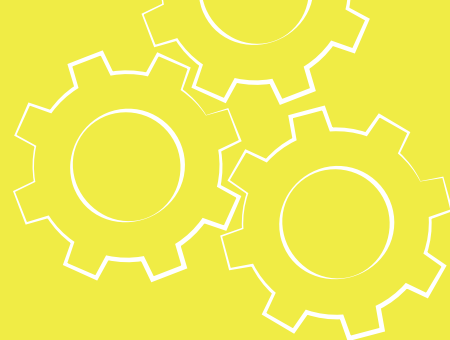
TIPS VOOR TEAMINDELINGEN 12- TOT 18-JARIGEN:

- Deze generatie jongeren heeft een uitgesproken mening, luister naar die mening!

- Zorg daarbij voor een brede afvaardiging vanuit de jeugd, qua leeftijd én niveau.
- Stel ze de volgende vragen:
 - Hoe ziet jouw ideale team eruit?
 - Moeten eerstelijns teams anders worden ingedeeld dan de breedte teams?
 - Op welke eigenschappen moeten we de teams indelen?
 - Hoe kunnen we het proces zo transparant mogelijk maken?
- Jongeren geven de voorkeur aan indelen op basis van inzet, motivatie, niveau of sociale aspecten.
- De keuze voor een passende trainer en coach is van groot belang voor het sportplezier van jongeren.



TIPS VOOR DE VERENIGING



Je wil aan de slag met het werven van nieuwe leden. Hoe doe je dat en waar begin je? Op welke doelgroep focus je? Welke strategie past bij jouw vereniging? En hoe zorg je dat nieuwe leden zich juist bij jouw vereniging aanmelden? Zoveel vragen!

Begin eerst bij deze: WAT MAAKT MIJN VERENIGING UNIEK?

Anders en uniek zijn betekent dat je op zoek moet gaan naar datgene dat jouw vereniging van andere verenigingen onderscheidt. Er zijn veel manieren om je vereniging eruit te laten springen. Vind het relevante verschil en gebruik dit in de werving van potentiële nieuwe leden. Hoe pak je dit aan?

1. KIJK WAT ANDERE VERENIGINGEN HETZELFDE DOEN

Als iedereen hetzelfde doet, dan is dat dé kans om het juist anders te doen. Kijk verder dan alleen concurrerende verenigingen en kijk ook naar andere sporten. Maak een lijstje van dingen die nu de standaard vormen, normaal zijn. Verzamel de ongeschreven regels en zaken die iedereen hetzelfde aanpakt. Kijk naar clubculturen, het niveau waarop verenigingen actief zijn, de verhouding van hun ledenbestand, de verhouding tussen top en breedte, wat voor trainers en coaches ze hebben en naar de activiteiten die ze organiseren. Verdiep je ook in hoe de vereniging zelf is georganiseerd, hoe zij omgaan met vrijwilligers en hun accommodatie.

2. ZOEK UIT WAT JOUW HOCKEYVERENIGING UNIEK MAAKT

Duurzaam onderscheidend vermogen komt van binnen uit. Het is authentiek en het is verbonden aan de identiteit van de vereniging. Ga dus op zoek naar dat wat zo uniek is aan de vereniging, dat het moeilijk te kopiëren is. Kijk ernaar alsof je een buitenstaander bent. Wat maakt jouw hockeyvereniging anders dan andere? Waar zijn jullie beter in? Welke kennis heb je in huis die andere verenigingen niet hebben? Welke waarde of cultuur heeft jouw vereniging die echt onderscheidend is?

3. BRENG IRRITATIES VAN DE LEDEN IN KAART

Kijk welke behoeften van jouw leden nu niet goed worden vervuld. Waarover wordt gemopperd? Maak een lijstje van de klachten die je hoort, of die nu van je eigen leden komen of van leden van andere verenigingen of van mensen die jouw vereniging bezoeken. Neem iedere klacht – ook de kleine – serieus. Als jij als eerste (of als enige) een oplossing kunt bieden voor deze klachten, dan verdwijnt ook het gemopper.



4. VIND DE SWEETSPOT

Een sweetspot zit daar waar twee, of zelfs drie, van de voorgaande lijstjes elkaar raken. Doe jij iets compleet anders dan de rest? Los jij een ergernis op zoals niemand anders dat doet? Of heb jij kwaliteiten in huis die niemand anders heeft? Dan heb jij je sweetspot gevonden, jouw onderscheidend vermogen.



5. BLIJF DE UNIEKE PUNTEN BENADRUKKEN

Heb je een of meerdere punten gevonden waarmee je je onderscheidt van de rest, benoem deze dan expliciet in je communicatie uitingen. Laat horen en zien wat je anders doet dan anderen, keer op keer. Benadruk daarbij het voordeel ervan voor jouw leden. Alleen anders zijn is nog geen overtuigend argument voor potentiële leden. What's it in for them? Maak duidelijk wat zij eraan hebben en waarom dat wat jouw vereniging doet precies is wat zij nodig hebben.

WEET JE ECHT NIET WAT JOUW HOCKEYVERENIGING UNIEK MAAKT?

Ga in gesprek met je eigen leden die onderdeel uitmaken van de doelgroep waarin jij wil gaan werven. Zoek samen de kracht van jullie vereniging. Waar zijn jullie echt trots op? Zorg dat de boodschap authentiek is en draag hem uit in alles wat je doet. Dan wordt je aantrekkelijk voor potentieel nieuwe leden.



COLOFON

Koninklijke Nederlandse Hockey Bond
Orteliuslaan 1041
3528 BE Utrecht
www.knhb.nl

Samenstelling en coördinatie:
KNHB

Fotografie:
KNHB / Willem Vernes

april 2020
© KNHB, Utrecht

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door print-outs, kopieën, of op welke andere manier dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.



KNHB