FACTSHEET

DO'S & DON'TS

OM DE TWIJFELAAR TE BEREIKEN ÉN TE BEHOUDEN

Koninklijk Nederlands Korfbalverbond

Om jongeren te bereiken én te behouden als korfbalvereniging is het belangrijk dat je aansluit bij de twijfelaar. Dit zijn jongeren die openstaan voor een teamsport, maar nog niet zeker weten of korfbal bij hen past. Of jongeren die al korfballen, maar twijfelen of ze willen blijven. Uit het KNKV-onderzoek blijkt dat sociale binding één van de belangrijkste redenen is waarom jongeren blijven korfballen. Jongeren blijven vaak niet alleen voor de sport, maar vooral voor hun team, vrienden en het gevoel ergens bij te horen. Daarom is het belangrijk om in communicatie én activiteiten niet alleen de sport centraal te zetten, maar ook gezelligheid, teamgevoel en samen plezier maken.

In deze factsheet vind je praktische tips en voorbeelden om je communicatie daarop aan te passen, zodat je meer jongeren bereikt én behoudt.

2026 © Coen Jongerencommunicatie

INTRO

WAAROM FOCUSSEN OP DE TWIJFELAAR?

De grootste kans voor korfbalverenigingen zit bij de twijfelaar.

Dit zijn jongeren die:
Openstaan voor een balsport
Openstaan voor een teamsport;
Graag willen bewegen;
Gezelligheid zoeken bij een club;
Maar nog niet goed weten wat korfbal is;
Of twijfelen of ze willen blijven korfballen.

Veel communicatie richt zich automatisch op jongeren die korfbal al leuk vinden. Daardoor kunnen nieuwe jongeren of minder fanatieke leden het gevoel krijgen dat korfbal vooral iets is voor bestaande, ervaren of fanatieke spelers.

De inhoud van deze factsheet van Coen Jongerencommunicatie voor NOC*NSF mag niet worden gereproduceerd, verspreid of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de rechthebbenden.

Fotograaf: **Jurjen Smid**

2026 © Coen Jongerencommunicatie

BEGRIJP WIE JE VOOR JE HEBT

WIE IS DE TWIJFELAAR?

KENMERKEN

- Jongeren tussen de 13 en 18 jaar
- Ze willen vaak wel een sport doen
- Ze vinden teamsport of balsport interessant
- Ze zoeken gezelligheid en beweging
- Ze kennen korfbal nog niet goed
- Ze kiezen sneller voor bekendere sporten
- Ze vragen zich af of ze erbij passen
- Ze willen eerst ervaren voordat ze zich vastleggen

WAT HOUDT HEN TEGEN OM TE KORFBALLEN?

- Ze weten niet precies wat korfbal is
- Ze denken dat korfbal misschien op basketbal lijkt
- Ze weten niet of ze goed genoeg zijn
- Ze kennen niemand bij de club
- Ze zijn onzeker over het team waarin ze terechtkomen
- Ze hebben al school, werk, vrienden of een andere sport
- Ze willen niet meteen ergens aan vastzitten

WAT HEBBEN ZE NODIG OM TE KORFBALLEN?

- Duidelijkheid: wat is korfbal en hoe werkt het?
- Laagdrempeligheid: kan ik gewoon een keer meedoen?
- Bevestiging: ervaring is niet nodig
- Sociale veiligheid: word ik goed opgevangen?
- Flexibiliteit: past het bij mijn drukke leven?
- Plezier: is het ook leuk als ik niet heel fanatiek ben?

Uitgangspunt:
Maak korfbal zichtbaar en concreet.
➜ Laat zien dat je stap voor stap kunt meedoen.

2026 © Coen Jongerencommunicatie

WAAROM GAAN JONGEREN DOOR MET KORFBAL?

Jongeren blijven niet alleen omdat ze willen winnen. Ze blijven vooral als korfbal iets positiefs toevoegt aan hun leven.

REDENEN OM DOOR TE GAAN

- Sociaal contact
- Vrienden binnen het team
- Gezelligheid op de club
- Goed voor mentale gezondheid
- Nieuwe dingen leren
- Beter worden
- Leuke activiteiten
- Zich onderdeel voelen van een groep
- Een trainer die aandacht heeft
- Ruimte om zich te ontwikkelen

Inzicht:

➜ Behoud gaat niet alleen over sport. Het gaat ook over sfeer, begeleiding, ontwikkeling en erbij horen.

WAAROM STOPPEN JONGEREN MET KORFBAL?

Jongeren stoppen vaak niet in één keer. Meestal ontstaat twijfel langzaam. Kleine irritaties, drukte of minder plezier kunnen samen zorgen voor uitval.

Belangrijk inzicht:
Niet iedereen wil competitie

➜ Jongeren lopen soms lang rond met twijfel voordat ze stoppen. Wacht dus niet tot iemand echt afhaakt, maar signaleer op tijd.

REDENEN OM TE STOPPEN:

- Verhuizen
- Blessures
- Geen tijd meer
- Minder plezier
- Spanning rondom teamindeling
- Gedoe binnen de club
- Gedoe met trainer, bestuur of team
- Gebrekkige begeleiding
- Andere sporten of activiteiten
- Vrienden die stoppen, waardoor anderen ook sneller afhaken

2026 © Coen Jongerencommunicatie

BELANGRIJKE INZICHTEN UIT HET KNKV-ONDERZOEK

Fotograaf: **Jurjen Smid**

1. SOCIALE BINDING IS CRUCIAAL VOOR BEHOUD

Uit het onderzoek blijkt dat jongeren vaak blijven door hun team, vrienden en de gezelligheid rondom de sport. Daarom zijn sociale activiteiten en teamgevoel essentieel voor behoud.

WAT HELPT?

- Teamuitjes organiseren
- Teamuitdagingen bedenken
- Nieuwe jongeren actief betrekken
- Vrienden stimuleren om samen mee te doen
- Sociale activiteiten zichtbaar maken in communicatie
- Successen samen vieren

2. TIJDSINVESTERING IS EEN GROTE DREMPEL

Veel jongeren willen wel blijven korfballen, maar niet altijd op dezelfde manier als vroeger. Twee keer trainen, wedstrijden spelen en altijd aanwezig zijn kan te veel worden.

WAT HELPT?

- Eén vast trainingsmoment
- Extra trainingen optioneel maken
- Flexibele teamleden
- Per kwartaal vragen hoe vaak iemand wil meedoen
- Mogelijkheid om tijdelijk minder actief te zijn

3. TEAMINDELING HEEFT VEEL INVLOED OP PLEZIER

Teamindeling gaat voor jongeren niet alleen over niveau. Ook motivatie, sfeer en sociale klik zijn belangrijk. Een verkeerde indeling kan plezier verminderen.

WAT HELPT?

- Niet alleen indelen op kwaliteit
- Ook kijken naar motivatie
- Duidelijk uitleggen waarom iemand in een team zit
- Bespreken wat iemand wil leren of bereiken
- Aandacht houden voor sfeer binnen teams

2026 © Coen Jongerencommunicatie

4. ONTWIKKELING BLIJFT BELANGRIJK

Ook jongeren die niet in een prestatieteam zitten, willen groeien. Ontwikkeling hoeft niet alleen te betekenen dat je hoger gaat spelen.

VOORBEELDEN VAN ONTWIKKELING

- Beter worden in het spel
- Persoonlijke doelen stellen
- Helpen bij een training
- Jongere spelers begeleiden
- Een activiteit organiseren
- Hulptrainer worden
- Meer verantwoordelijkheid krijgen binnen de vereniging

5. TRAINERS ZIJN BELANGRIJK VOOR BEHOUD

Voor jongeren is de trainer vaak het eerste aanspreekpunt. Een trainer ziet wanneer iemand minder vaak komt, stiller wordt of minder plezier heeft.

WAT HELPT?

- Trainers begeleiden in signaleren
- Trainers leren gesprekken voeren over plezier en motivatie
- Niet alleen focussen op techniek en prestatie
- Ook aandacht hebben voor sfeer en persoonlijke ontwikkeling

Fotograaf: Helly Bonet

2026 © Coen Jongerencommunicatie

Fotograaf: **Helly Bonet**

BELANGRIJK

WERVING ÉN BEHOUD

Jongeren bereiken is stap één. Jongeren betrokken houden is minstens zo belangrijk.

1. EERSTE INDRUK (INSTROOM)

- Maak de eerste stap klein
- Zorg voor een warm welkom
- Wijs een aanspreekpunt toe
- Leg vooraf uit wat iemand kan verwachten
- Laat nieuwe jongeren niet zelf zoeken waar ze moeten zijn

2. SOCIALE BINDING

Voor behoud is sociale binding cruciaal. Jongeren willen zich onderdeel voelen van een groep.

LET OP

- Teamgevoel
- Sociale veiligheid
- Verschil in motivatie
- Jongeren die buiten de groep vallen
- Plezier naast prestatie

WAT HELPT

- Teamactiviteiten organiseren
- Vriendentoernooien organiseren
- Nieuwe leden koppelen aan leeftijdsgenoten
- Informele activiteiten organiseren naast korfbal
- Teamgevoel zichtbaar maken op social media

3. BEGELEIDING / TRAINER

EEN GOEDE TRAINER

- Geeft rustige uitleg
- Houdt rekening met niveau
- Ziet wanneer iemand onzeker is
- Zorgt voor plezier
- Stimuleert ontwikkeling
- Let op signalen van afhaken

2026 © Coen Jongerencommunicatie

4. FLEXIBEL AANBOD

Voor behoud is sociale binding cruciaal. Jongeren willen zich onderdeel voelen van een groep.

EEN GOEDE TRAINING

- Eén vast trainingsmoment
- Extra momenten optioneel
- Tijdelijk minder trainen
- Flexibele teamleden
- Per periode bespreken wat past
- Terugstroom na blessure, verhuizing of drukte

5. ONTWIKKELING

Laat jongeren merken dat ze kunnen groeien binnen de vereniging.

DAT KAN ALS

- Speler
- Teamgenoot
- Hulptrainer
- Organisator
- Begeleider van jongere jeugd
- Actieve vrijwilliger

Fotograaf: Jurjen Smid

2026 © Coen Jongerencommunicatie

DO'S & DON'TS IN COMMUNICATIE

1. COPY (TEKST)

DO'S

- Gebruik korte zinnen
- Schrijf actief
- Gebruik simpele taal
- Maak praktische info direct duidelijk
- Gebruik tussenkopjes
- Benoem dat ervaring niet nodig is
- Maak de eerste stap concreet

DON'TS

- Lange teksten
- Verenigingsjargon
- Onduidelijke boodschappen
- Te veel informatie tegelijk
- Alleen schrijven voor bestaande leden

2. TONE OF VOICE

DO'S

- Vriendelijk en behulpzaam
- Informeel, maar niet overdreven
- Duidelijk en direct
- Positief en uitnodigend

DON'TS

- Te formeel
- Overdreven jong praten
- Dwingend of druk
- Te veel focus op moeten
- Alleen praten over winnen of niveau

3. BEELDVORMING

DO'S

- Echte jongeren laten zien
- Actie en plezier laten zien
- Verschillende niveaus tonen
- Video gebruiken
- Trainingen én sociale activiteiten laten zien
- Teamgevoel zichtbaar maken

DON'TS

- Alleen sterke spelers tonen
- Alleen wedstrijdbeelden gebruiken
- Geposeerde beelden
- Mensen met de rug naar de camera
- Te perfecte uitstraling

2026 © Coen Jongerencommunicatie

TAAL DIE WERKT

WEL DOEN

- Kom een keer vrijblijvend meetrainen
- Kom een keer proberen of korfbal bij je past
- Geen ervaring nodig
- Neem gerust iemand mee
- We leggen alles rustig uit
- Je mag gratis meedoen voordat je besluit of je lid wilt worden

NIET DOEN

- Word nu lid
- Voor echte sporters
- Ben jij fanatiek genoeg?
- Wij zoeken toppers
- Kom spelen op hoog niveau
- Je moet er wel echt voor gaan
- Iedereen kent korfbal natuurlijk

Fotograaf: **Jurjen Smid**

BASISRICHTLIJN VOOR ALLE COMMUNICATIE

ELKE UITING MOET DIRECT ANTWOORD GEVEN OP:

- Wat is het?
- Voor wie is het?
- Wanneer is het?
- Waar is het?
- Kost het iets?
- Moet je ervaring hebben?
- Mag je iemand meenemen?
- Hoe meld je je aan?

PRAKTISCHE TIPS PER KANAAL

SOCIAL MEDIA

Doel: zichtbaar maken en activeren.

Gebruik voor:
- Proeftrainingen
- Sfeerbeelden
- Twijfels wegnemen

Altijd vermelden:

- Datum
- Locatie
- Gratis / vrijblijvend
- Geen ervaring nodig
- Aanmeldlink of QR-code

POSTERS

Doel: aandacht + actie

Zorg dat erop staat:
- Kom een keer proberen
- Datum en locatie
- Gratis / vrijblijvend
- Geen ervaring nodig
- Neem iemand mee
- QR-code met duidelijke actie

WEBSITE

Doel: duidelijkheid + inschrijving

Direct zichtbaar:
- Trainingstijden
- Voor welke leeftijd
- Locatie
- Kosten
- Wat je moet meenemen
- Of ervaring nodig is

CONTENT DIE WERKT

VIDEO

- Sfeer van trainingen
- Eerste keer meedoen
- Uitleg: wat is korfbal?
- Teamgevoel laten zien
- Sociale activiteiten tonen
- Jongeren die vertellen waarom ze blijven korfballen

ERVARINGEN

- “Ik kende korfbal eerst niet goed...”
- “Ik dacht dat ik niet goed genoeg was...”
- “Ik bleef vooral door mijn team...”

FOTO

- Groepsmomenten
- Actiebeelden
- Sociale momenten
- Teamactiviteiten

Q&A

- Moet je ervaring hebben? → Nee
- Kan ik gewoon meedoen? → Ja
- Mag ik iemand meenemen? → Ja
- Wat moet ik meenemen? → Sportkleding en schoenen met noppen
- Moet ik meteen lid worden? → Nee, je kunt eerst proberen

2026 © Coen Jongerencommunicatie

VOORBEELDEN CREATIE

Hieronder staan voorbeelden van middelen die inspelen op sociale binding en gezelligheid binnen de vereniging.

CHECKLIST

- Is het simpel en duidelijk?
- Staat er dat iedereen welkom is?
- Ligt de nadruk op plezier?
- Is duidelijk hoe iemand kan meedoen?
- Gebruik je echte beelden?
- Is de praktische informatie duidelijk?

Check de voorbeeldmiddelen in de toolkit voor inspiratie.

2026 © Coen Jongerencommunicatie

Fotograaf: **Willem Moret**

CHECKLIST 1: SOCIALE BINDING

Gebruik deze checklist om te kijken of jongeren zich echt verbonden voelen met het team.

- Heeft iedere nieuwe speler een vast aanspreekpunt?
- Worden nieuwe spelers actief betrokken bij het team?
- Is er naast korfbal ook ruimte voor gezelligheid en sociale activiteiten?
- Let de trainer op de sfeer binnen het team?
- Voelen jongeren zich onderdeel van de groep, ongeacht hun niveau?
- Is er aandacht voor verschillen in motivatie binnen het team?
- Worden signalen van minder plezier of afhaken op tijd opgemerkt?
- Wordt bij teamindelingen ook gekeken naar sociale klik en teamgevoel?
- Worden successen en persoonlijke groei samen gevierd?
- Kunnen jongeren aangeven wat zij nodig hebben om met plezier te blijven korfballen?

2026 © Coen Jongerencommunicatie

Fotograaf: Jurjen Smid

CHECKLIST 2: JONGERENPROOF COMMUNICATIE

Gebruik deze checklist voor berichten, websites, posters, socials en WhatsApp-teksten.

- ○ Is direct duidelijk voor wie het bericht bedoeld is?
- ○ Laat je duidelijk zien wat korfbal is?
- ○ Is de eerste stap laagdrempelig?
- ○ Staat erbij dat ervaring niet nodig is?
- ○ Is duidelijk dat iemand vrijblijvend kan meedoen?
- ○ Staat vermeld waar en wanneer het plaatsvindt?
- ○ Spreekt de boodschap ook twijfelaars aan?
- ○ Komen plezier en teamgevoel terug in de boodschap?
- ○ Is duidelijk hoe iemand zich kan aanmelden?
- ○ Gebruik je echte beelden van jongeren?

2026 © Coen Jongerencommunicatie

Fotograaf: **Jurjen Smid**

CHECKLIST 3: AANBOD, BEGELEIDING EN BEHOUD

Gebruik deze checklist om te bekijken of het aanbod jongeren helpt om te starten, blijven of terugkeren.

- ○ Kunnen jongeren vrijblijvend kennismaken of meetrainen?
- ○ Is duidelijk voor wie het aanbod is?
- ○ Kunnen jongeren tijdelijk minder trainen zonder meteen af te haken?
- ○ Is er een optie om alleen te trainen zonder wedstrijden?
- ○ Wordt per periode besproken wat jongeren aankunnen?
- ○ Is er een duidelijke route voor jongeren die willen terugkeren?
- ○ Weten trainers welke opties er zijn voor twijfelende spelers?
- ○ Worden signalen van afhaken vroeg besproken?
- ○ Is aangepast korfbal duidelijk zichtbaar en goed begeleid?
- ○ Worden ouders/verzorgers betrokken waar dat nodig is?
- ○ Wordt plezier net zo serieus genomen als prestatie?
- ○ Is er een vast aanspreekpunt voor jongeren die twijfelen?
- ○ Worden nieuwe spelers gekoppeld aan iemand die hen wegwijs maakt?

2026 © Coen Jongerencommunicatie

MIDDEN TUSSEN DE JONGEREN STAAN

VOOR DE NIEUWE GENERATIE KORFBALLERS

Deze factsheet is ontwikkeld door Coen Jongerencommunicatie in nauwe samenwerking met de Koninklijk Nederlands Korfbalverbond, uitgevoerd in opdracht van NOC*NSF.

De informatie op deze factsheet is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Desondanks kunnen er geen rechten aan de inhoud worden ontleend. Coen Jongerencommunicatie aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten, onvolledigheden of schade die voortvloeit uit het gebruik van de aangeboden informatie.