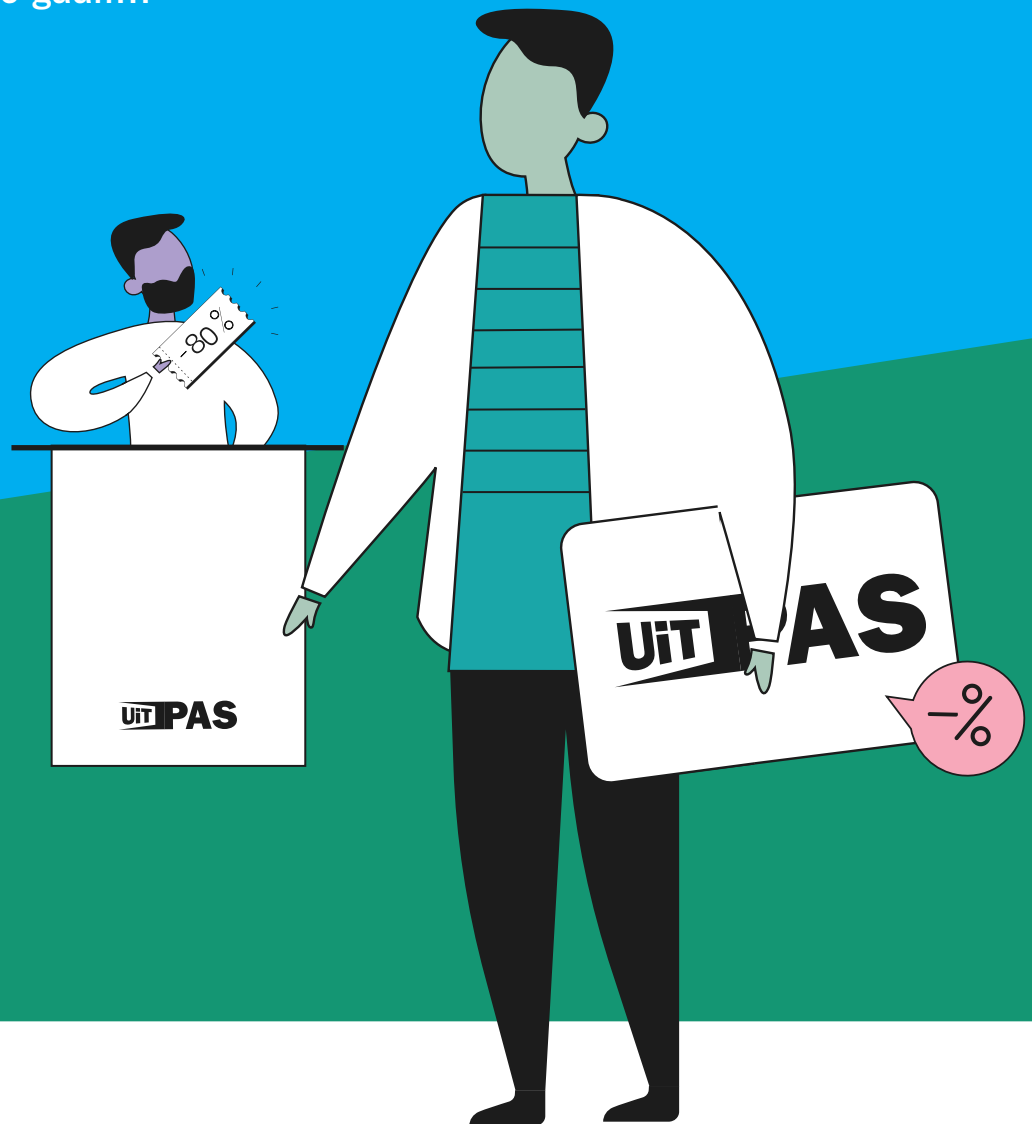


UiTPAS voor sportverenigingen en -clubs



- Voor wie is deze toolkit bestemd?
- Waarom deze toolkit?
- UiTPAS en sportverenigingen: een vanzelfsprekende match
- Aan de slag
 1. Voorbereidende communicatie – ‘de opwarming’
 2. Het verhaal: ‘Waarom zou mijn vereniging UiTPAS nemen?’
 3. Opvolging
- Dus, om kort te gaan...
- Enkele cijfers
- Meer lezen



Voor wie is deze toolkit bestemd?

Deze toolkit is een praktische handleiding voor alle UiTPAS-trekkers of UiTPAS-verantwoordelijken die hun **lokale sportverenigingen en -clubs** ervan willen overtuigen om **in het UiTPAS-verhaal te stappen**. In deze brochure schetsen we de context rond UiTPAS en sportverenigingen en geven we handvatten om concreet mee aan de slag te gaan.

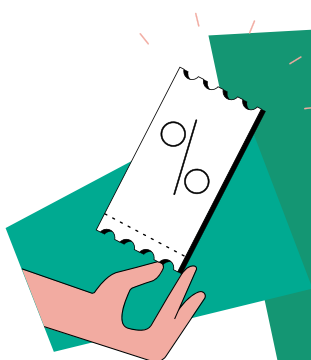
Waarom deze toolkit?

Sportverenigingen weten nog niet altijd wat UiTPAS precies is en wat UiTPAS kan betekenen voor hun leden en hun sportvereniging. Leden zijn er immers genoeg, of niet? Deze handleiding geeft je in enkele overzichtelijke hoofdstukjes de instrumenten **om de meerwaarde van UiTPAS bekender te maken** bij je sportverenigingen én om hen ervan te **overtuigen om zelf in het programma te stappen**.



UiTPAS en sportverenigingen: een vanzelfsprekende match

Sportverenigingen **zijn vaak sociaal bewogen** en zien het voordeel van het geven van **sportieve kansen aan alle lagen van de bevolking**. Naast de voordelen die UiTPAS biedt aan alle pashouders kunnen op een discrete manier **kinderen of gezinnen in armoede worden ondersteund**.



“We werken voornamelijk met UiTPAS vanwege ons geloof in het lokale kansen tarief. Het zit in ons DNA om iedereen te betrekken: daarom noem ik Land van Aalst graag een vereniging, eerder dan een club. Wij verenigen immers mensen en willen niemand uitsluiten.”

(Atletiek Land van Aalst)

Niet enkel kleinschalige, lokale sportinitiatieven tekenen voor UiTPAS. **Ook grote clubs zien er de waarde van in**. Zo werken onder andere AA Gent, KV Kortrijk, Zulte-Waregem, KV Oostende, BC Oostende en Leuven Bears samen met UiTPAS voor toegangstickets aan verminderd tarief.

In tegenstelling tot deze grotere spelers, draaien veel kleinere of lokale sportverenigingen op **vrijwilligerswerk**, waarbij jonge of minder jonge mensen zich engageren tot het **organiseren van (sport)plezier en nevenactiviteiten voor hun leden**. De focus ligt daarbij uiteraard op sport en beleving, waardoor het extra werk dat UiTPAS vraagt niet *top of mind* is.

Ook het feit dat er een verloop is onder de trainers en vrijwilligers zorgt ervoor dat **opgebouwde kennis van of ervaring met UiTPAS dreigt verloren te gaan**.

Jouw (missionaris)werk bestaat met andere woorden inhoudelijk gezien uit twee opdrachten:

1

Het **overtuigen** van de lokale sportverenigingen **van de concrete meerwaarde** van UiTPAS voor hun vereniging;

2

Het **wegwerken van de mogelijke drempels** die deze verenigingen kunnen ervaren, al dan niet in overleg met de mogelijk geïnteresseerde club zelf.

Praktisch gezien kan je te werk gaan in **drie fasen**: de voorbereidende communicatie – het verhaal – de opvolging.

Aan de slag

1. Voorbereidende communicatie – ‘de opwarming’

Elk goed verhaal begint met een welgemeende uitnodiging om te luisteren. Je kan om te beginnen natuurlijk een ‘algemene infoavond’ opzetten of **inpikken op een sportraad**, een goed klankbord om ideeën af te toetsen en informatie te verspreiden.

Daarnaast is het zinvol om de sportverenigingen ook **persoonlijk en actief** aan te spreken, telefonisch of via mail. Zoals Leslie Ramboer, die de deuren platloopt bij de Kortrijkse sportclubs.

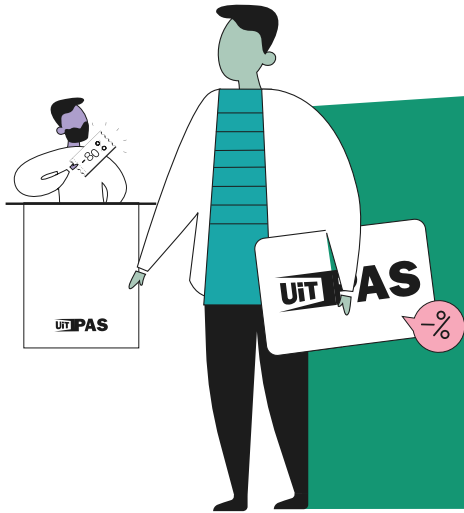
“Ik ben opgeleid als sociaal werker maar indertijd ben ik bij de sportdienst gaan werken. Ik heb automatisch de reflex om te kijken of iedereen ‘mee is’. Mijn eerste opdracht bestond erin dat ik moest zorgen dat ‘mensen in armoede meer gebruik zouden maken van het sportaanbod’. Dat doe je niet door gewoon eens vraag en aanbod te presenteren. Dat doe je door met die verenigingen te gaan spreken.”

[Lees het volledige interview](#)



Schets kort het product UITPAS en de bredere filosofie achter UITPAS: wat is UITPAS, waarom is het in het leven geroepen, wat is het doel...? Stuur eventueel vooraf wat [beknopte informatie rond UITPAS](#) door. Focus vooral op het belevings- en inclusiviteitsaspect en niet op technische of administratieve zaken. Zorg ervoor dat je niet te lang uitweidt – schakel snel naar het wervende verhaal dat je wilt vertellen aan **jouw specifieke doelpubliek: de sportverenigingen**.

Informeer bij de lokale sportdienst op voorhand naar de situatie rond **kinderarmoede** in jouw stad of gemeente en gebruik deze situatie als hefboom. **Spreek de clubs aan op hun verantwoordelijkheid**: “Er zijn heel wat kinderen in onze gemeente die onvoldoende kansen krijgen, dus jullie hulp is absoluut noodzakelijk!”



“Onze slogan op de club is ‘meer dan alleen voetbal’. Veel kinderen hier in de buurt hebben heel weinig kansen om dingen te doen. Via UiTPAS geraken ze gemakkelijk bij een voetbalclub. UiTPAS verlaagt bij ons de drempel.”

(FC Rooigem, Gent)

Beleg een concrete vergadering of een gesprek met de belofte van een helder verhaal en een duidelijk antwoord op alle vragen omtrent UiTPAS. Verwijs naar de good practices van andere sportverenigingen die eerder in het UiTPAS-programma stapten, of beter nog: vraag aan een (tevreden) ‘ervaringsdeskundige’ uit een sportvereniging die al met UiTPAS werkt om complementair aan jouw verhaal **vanuit de praktijk te getuigen**.

“De bijdrage van zo’n externe partner aan een infosessie is heel sterk en waardevol, omdat er op die manier persoonlijke ervaringen kunnen worden gedeeld.”

(Nathalie Gijssels, Afdeling Sociaal & Vrije tijd Nijlen)

Neem nog vóór deze vergadering contact op met de sportwelzijnspartners of sociale partners, als deze er zijn. Welk aanbod hebben zij of waar kunnen ze ondersteunen? Zorg er kortom voor dat je goed bent voorbereid op eventuele **vragen rond de complementariteit van de verschillende kortingsystemen met UiTPAS**.

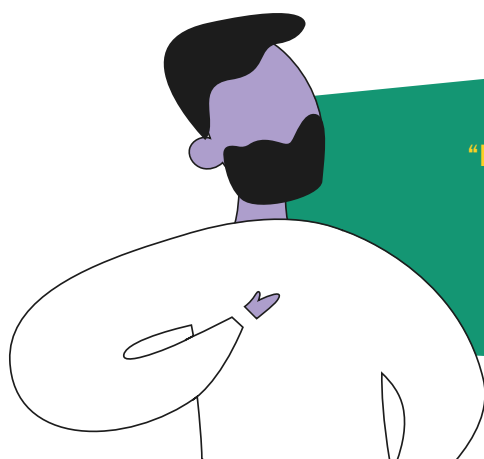
2. Het verhaal: ‘Waarom zou mijn vereniging UiTPAS nemen?’

Elk goed verhaal begint met, welja, een goed verhaal. Begin dus je uiteenzetting met een gepersonaliseerde vorm van storytelling, zoals [in dit filmpje van FC Rooigem](#) of [in de getuigenis van Jeugd Racing Mechelen](#).

Op publiq.be/verenigingen-en-uitpas vind je meer interviews en filmpjes over UiTPAS en sportclubs.

Of beter nog: **put uit je eigen ervaringen** als UiTPAS-trekker en ga op zoek naar een particulier verhaal uit de eigen stad of gemeente dat je bijzonder bijbleef.

Door deze anekdote te vertellen begin je je UiTPAS-verhaal met je sterkste argument: **UiTPAS is nodig**. Het is een maatschappelijk instrument dat iedere sportvereniging in staat stelt om zijn sociale doelen rond **diversiteit en inclusie waar te maken**, op een niet-stigmatiserende manier. Daarnaast, niet onbelangrijk om te benadrukken, is UiTPAS ook gewoon een **vrijtijd-spas** die alle leden, los van hun financiële situatie, voordelen bezorgt.



“Dankzij UiTPAS zijn kinderen
teruggekomen die eerder afhaakten.”

(François De Keersmaecker, Racing Mechelen)

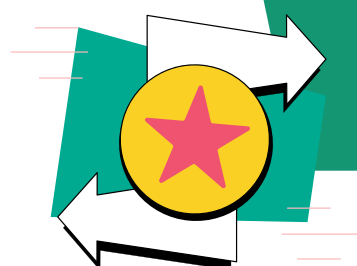
Wijs, naast het grotere belang, ook op het ‘**eigenbelang**’ voor de vereniging, dat om te beginnen schuilt in de mogelijkheden van UiTPAS als **communicatietool**. UiTPAS-verenigingen krijgen **extra zichtbaarheid** op de communicatiekanalen van de stad of gemeente, via de gemeentelijke website, UiTPAS-mails, het gemeentelijk infoblad, via speciale flyers en folders, in een UiTPAS-gids met alle organisatoren...

TIP Zet zelf je sportclubs, hun engagement voor UiTPAS en hun enthousiaste leden eens in de kijker in het gemeentelijk infoblad of in de nieuwsbrief.

Benadruk steeds dat ook als een club al bekend is en genoeg leden heeft, het nog steeds de moeite loont om alternatieve promotiekanalen, zoals die van UiTPAS, aan te spreken. Deze communicatie in het kader van UiTPAS **is goed voor het imago van een club en kan bijvoorbeeld positief ontvangen worden door potentiële sponsors.**

Ook de UiTPAS-**omruilvoordelen** in de vorm van gadgets of beleving zorgen voor een **versterkte visibiliteit en aantrekkingskracht voor een nieuw én trouw publiek.** Wil je een voorbeeld geven van de voordelen die andere clubs zoal aanbieden? Hiervoor ontwikkelde publiq, binnen de voordelenzoeker, een **specifieke filter voor sportvoordelen.**

Bekijk deze via www.uitpas.be/voordelen-zoeken?sportFilter=true



“We zien nu het nut in van het werken met omruilvoordelen, zoals een gadget van de club dat zorgt voor meer zichtbaarheid bij het publiek. Daarop zouden we graag in de toekomst nog meer inzetten.”

(Atletiek Land van Aalst)

Een stap verder wordt het via de **segmentatietool** voor sportverenigingen ook mogelijk om aan **gerichte ledenwerving of marketing** te doen: via deze tool kunnen in overleg met de UiTPAS-verantwoordelijke bijvoorbeeld bij het begin van het werkjaar bepaalde lokale publieksegmenten worden aangeschreven met een aantrekkelijk UiTPAS-voordeel. Misschien hebben de trouwe zwemmers ook wel eens zin in een initiatie aquagym tegen korting?

Ja, maar...

Na het positieve verhaal over de maatschappelijke meerwaarde van UiTPAS zullen er wellicht vragen en bezwaren komen: “Ok, maar...” Hier start het tweede deel van je inhoudelijke opdracht: het **tackelen van de obstakels** die de sportverenigingen zien. De kans is groot dat de eerste vraag zal zijn: “En hoe gaat dat dan in zijn werk?”

Obstakel 1: administratieve rompslomp

“Hoe gaat dat dan concreet in zijn werk?”

Besef goed dat de angst voor **administratieve rompslomp** een van de belangrijkste obstakels is voor de jeugdverenigingen. Jouw taak bestaat er dus in de verenigingen ervan te overtuigen dat

1

De **procedure** om aan te sluiten bij UiTPAS **makkelijk** is;

2

Het toekennen van punten en/of het kansentarief registreren relatief eenvoudig is;

3

Er een **hulplijn** is (jijzelf, een vast aanspreekpunt binnen de stedelijke of gemeentelijke administratie, ...) **die de vereniging** te allen tijde **bijstaat** bij administratieve moeilijkheden.

“Lier regelt de administratie zelf voor zijn sportverenigingen. De stad vraagt de UiTPAS-nummers van alle leden op en voert alles zelf in in de UiTPAS-balie. Het gaat per trimester voor de stad over een halve dag werk. Voor Lier primere juiste participatiecijfers boven dat halve dagje werk.”

(Lieve Van Houtven, consulent cultuur en evenementen Stad Lier)

The logo for UiTPAS, featuring the text 'UiTPAS' in a bold, sans-serif font. The 'Ui' is smaller and positioned to the left of 'TPAS'. The logo is contained within a white rounded rectangle with a black border, which is tilted slightly to the right.

UiTPAS

In wezen zijn de **stappen** die sportverenigingen moeten nemen om aan de slag te gaan met UiTPAS **beperkt**:

- 1 Aanmaken van een UiTiD.
- 2 Kennismaken met de UiTdatabank en een keer per jaar de jaarwerking, eenmalig losse activiteiten en eventueel sportkampen invoeren in de UiTdatabank. Bij veel verenigingen is de UiTdatabank al redelijk bekend.
- 3 Leuke omruilvoordelen bedenken om aan te bieden.
- 4 Leren werken met de UiTPAS-balie en ervoor zorgen dat de registratie van de UiTPAS-activiteiten en het kansentarif doorheen het jaar ook daadwerkelijk gebeurt.
- 5 De financiële afrekening maken met de lokale coördinator.

“Voor ons is dit eigenlijk geen werk. We moeten enkel een factuur indienen voor de tussenkomst van de stad, met de frequentie die we zelf nodig vinden.”

(AC Denderland)

“Hoe maak ik een UiTiD aan?” “Komt er dan een zultje in onze sportclub te staan?” “Hoe werkt die UiTPAS-balie precies?” “Welke omruilvoordelen kunnen wij zelf aanbieden?” Zorg dat je voorbereid bent op **alle mogelijke vragen** rond dit technisch-administratieve aspect. En wees zeker voorbereid op de vraag naar financiële impact, die ongetwijfeld zal volgen.

Benadruk ten slotte dat UiTPAS een Vlaams programma is dat bij een steeds groter publiek bekend raakt. Het systeem is voor iedereen duidelijk en eenduidig, zowel voor het publiek als voor aanbieders. **Zo raken we af van versnipperde kortingsystemen en evolueren we naar een gemeenschappelijk kortingsprogramma.**

Obstakel 2: financiële argwaan

“Hoeveel kost dat ons dan?”

Sommige sportclubs en -verenigingen vrezen dat het gebruik van UiTPAS tot een **verlies van inkomsten** zal leiden. De vereniging derft inderdaad een deel(tje) van zijn inkomsten. Het belangrijkste argument dat je daar tegenin kunt brengen is **de maatschappelijke meerwaarde: een inclusieve, toegankelijke sportvereniging heeft een prijs**.

Naast dit waardegeladen argument zijn er ook een aantal meer **praktische mogelijkheden** om de bezorgdheid rond de financiën weg te nemen. We zetten ze even op een rijtje:

1

In samenspraak met de stad of gemeente kan er **onderhandeld worden over extra financiële ondersteuning vanuit de gemeente**, waardoor bijvoorbeeld kleinere organisaties of organisaties die al werken met democratische prijzen voor een groter aandeel door de lokale overheid worden gecompenseerd. In Gent hanteert men bijvoorbeeld de **5%-regel**: de regel waarbij de stad vanaf het zesde lid op honderd met kansentariaf, geen 40% maar 80% van de kost draagt, en de vereniging dus geen inkomsten verliest.

2

In sommige gemeenten is UiTPAS opgenomen in het **subsidie-reglement**, zodat voor UiTPAS-verenigingen bijkomende subsidies mogelijk zijn. Controleer of dat in jouw stad of gemeente het geval is, het kan een **sterk financieel argument** vormen.

3

Ook met het oog op **potentiële sponsors** kan UiTPAS een pluspunt zijn: sociaal engagement klinkt goed bij sponsors. Als je kan aantonen dat je een inclusief sportbeleid voert, kom je als organisator op een geloofwaardige en positieve manier over. Ook dit soort extra inkomsten kunnen de kortingstarieven mee helpen financieren.

4

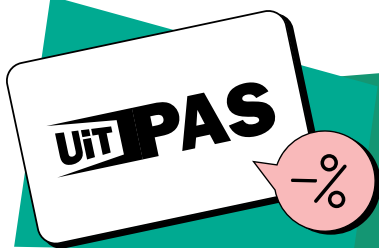
Een aantal federaties van de sportclubs beschikken over een **solidariteitsfonds** dat de verenigingen extra ondersteunt voor kansarme leden. Via UiTPAS wordt het heel makkelijk om de status van deze leden aan te tonen en beroep te doen op dit fonds.

“Sociaal, maatschappelijk engagement is een goede *incentive* om naar sponsors te stappen.”

(Atletiek Land van Aalst)



Sportclubs hebben daarenboven soms angst voor het zogenaamde ‘**aanzuigeffect**’ van mensen in armoede, en dus de betaalbaarheid van het systeem. Daardoor kunnen ze weigerachtig staan tegenover UiTPAS. Veel betrokken organisatoren bevestigen echter dat deze vrees niet strookt met de werkelijkheid. Stel je sportverenigingen hierover gerust. **Wijs erop dat in het geval van een te groot percentage van leden met een kansenstatuut met de stad of gemeente kan worden onderhandeld rond een compensatieregeling, zoals die bijvoorbeeld in Gent wordt gedaan.** Wijs er de clubs ook op dat de financiële drempel niet de enige drempel is voor kansengroepen – ook rond praktische en sociale drempels ligt er veel werk op de plank.



“Een aantal leden dat vroeger aan kansen tarief participeerde, maar zijn kansenstatuut is verloren, blijft lid van de club aan vol tarief.”

(lid Sportraad Aalst)

Verzeker de sportverenigingen indien nodig van **administratieve hulp** bij het opmaken van **bestelbonnen of onkostennota's** waarmee ze hun gedeelde inkomsten kunnen terugvorderen.

Zorg ervoor dat je op voorhand **de relatie tussen UiTPAS en andere mogelijke kortingsystemen voor leden** (bijvoorbeeld vanuit de federaties van sportverenigingen) hebt uitgeklaard, zodat je een antwoord hebt op alle vragen rond mogelijke overlappingen. UiTPAS is vaak een alternatief voor of complementair aan bestaande fondssystemen.

Is het zaadje geplant? Wellicht hebben sommige verenigingen wat bedenktijd nodig. Je zou de club in contact kunnen brengen met een club uit je gemeente die al overtuigd is, of met een UiTPAS-club van een gelijkaardige sporttak uit een andere regio.

Vraag de sportvereniging naar hun volgende stap en leg die samen met hen vast. Bied aan om eventueel nog eens terug te komen om verdere vragen te beantwoorden of hen tegen een bepaalde datum te bellen. En dan kunnen jullie (hopelijk) van start...

3. Opvolging

Een goed verhaal blijft lang nazinderen. Om ervoor te zorgen dat UiTPAS **stevig verankerd geraakt** in de dagelijkse werking van jouw jeugdverenigingen, dient er ook na het tekenen van het contract heel wat **opvolging** te gebeuren. Het gevaar bestaat immers dat het UiTPAS-verhaal na de inschrijvingen op de achtergrond raakt. Jij kan er door kleine ingrepen voor zorgen dat UiTPAS het hele jaar door 'warm' blijft.

1

Herhaling werkt. Maak van UiTPAS een **standaard agendapunt** op elke sportraad. Op deze manier worden eventuele problemen snel uitgeklaard. Denk actief mee met de sportverenigingen wanneer zich administratieve obstakels voordoen.

2

Het probleem van de **wisselende bestuursploeg en trainers** kan worden verholpen door elk jaar voor het begin van het seizoen een **mini-opleiding** te geven aan bestuurders en hoofdcoaches. Bovendien ontwikkelde publiek ook een aantal handige **tutorials**. Herinner de verenigingen die al ingestapt zijn aan het **invoeren van de doorlopende activiteiten in de UiTdatabank** en het jaarlijkse toekennen van de punten. Zo leren zij jou ook kennen als aanspreekpunt. Probeer er ieder geval voor te zorgen dat de kennis en visie rond de UiTPAS niet bij één persoon zit, maar zorg ervoor dat alle bestuursleden en de trainersequipe echt mee zijn in dit verhaal.

3

Probeer van gemotiveerde sportverenigingen echte **ambassadeurs te maken**. Zet hen eens in de kijker in het infoblad, op sociale media of in de nieuwsbrief, of laat hen aan het woord in een infosessie.

4

Wees zelf bereikbaar en 'zichtbaar' voor je clubs. Je kunt bijvoorbeeld een nieuwsbrief versturen naar lokale organisatoren (met rubrieken als: welke omruilvoordelen zijn populair, welke nieuwe verenigingen zijn erbij gekomen, waar werden de meeste punten gespaard, UiTPAS-tips & tricks, deadlines voor de folder of het gemeenteblad, ...) of een jaarlijkse **partner-bijeenkomst** organiseren, om de partners te bedanken voor hun inzet voor UiTPAS. Blijf ook zichtbaar op **sociale media** als lokaal UiTPAS-merk en ga in interactie met (potentiële) partners.

5

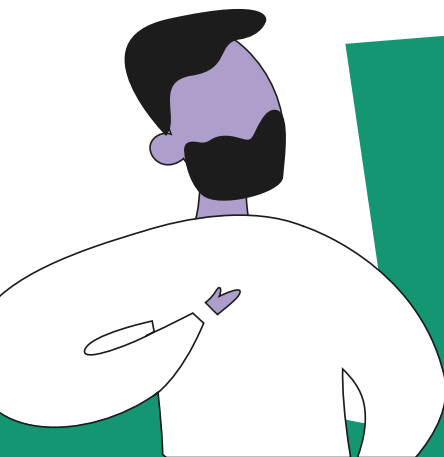
Daag sportclubs en -verenigingen uit **om nog meer uit hun UiTPAS te halen**. Motiveer hen om ook hun **losse evenementen** (een toernooi, een spaghetti-avond, een uitstap, ...) in de UiTdatabank in te voeren en daar een omruilvoordeel aan te koppelen.

6

Zie er bij elke sportvereniging op toe dat ze in hun **communicatie** steeds minstens het **UiTPAS-logo** vermelden. Stel bij de lokale vrijetijdsdienst UiTPAS-vlaggen en banners ter beschikking, zodat ze goed zichtbaar kunnen maken dat hun vereniging een UiTPAS-vereniging is. Sportclubs kunnen indien ze dat wensen zelfs **UiTPAS gebruiken als lidkaart**.

7

Zie erop toe dat de uitbetaling naar de clubs niet te lang duurt. Wees in ieder geval transparant over de termijnen en stem af met de boekhouders.



“In Deerlijk ontlene de sportbewegingen beachflags met het UiTPAS-logo erop. Die kunnen aan de balie of kassa worden gezet waar er punten worden gespaard. Deerlijk merkt op dat dit erg goed werkt voor hen en de sportbewegingen.”

(Delphine Decock, sportconsulente Deerlijk)

“Bij KV Kortrijk wordt UiTPAS meegenomen in de communicatie van de club, die ook actief zoekt naar dialoog met de gebruikers.”

(KVK fanbase manager Simon Clinckemaillie)

Dus, om kort te gaan...

Voor de sportverenigingen schuilt er in het werken met UITPAS enerzijds een **breder maatschappelijk voordeel** en anderzijds een voordeel in **communicatie- en marketingmogelijkheden**. Hun voornaamste drempels bestaan uit angsten rond **administratieve lasten en financieel verlies**.

Probeer met een **persoonlijke, heldere en eerlijke communicatie** deze angsten weg te nemen. Ga goed voorbereid naar elke vergadering, denk actief mee na over eventueel lokale problemen en **zorg ervoor dat de sportverenigingen zich gesteund weten door één betrouwbare contactpersoon**. Je zal zien dat ze de stap zetten...

Veel succes!



Enkele cijfers (geldig op het moment van schrijven)

Er zijn momenteel meer dan **500 niet-gemeentelijke sportaanbieders aangesloten bij het UiTPAS-programma**. De diversiteit onder de clubs is enorm: we zien onder andere voetbal, wielersport, yoga, zwemmen en dans maar ook vechtsport, biljart, padel of skaten.

22% van alle UiTPAS-aanbieders situeert zich in de sportsector en zorgt voor maar liefst 32% van alle gespaarde UiTPAS-punten en 47% van alle toegekende kortingen aan mensen in armoede. Van alle mensen in armoede die ooit een korting opnamen, deed 64% dit bij minstens één sportactiviteit.



Meer lezen

- Inspiratie en good practices: www.publiq.be/verenigingen-en-uitpas
- Inclusieve sport: een uitdaging voor gebruiker, stad en clubs :
[KV Kortrijk en Stad Kortrijk werken drempels weg met UiTPAS >](#)
- Lokaal sociaal beleid: zonder vergadertijgers, met UiTPAS+ :
[Sport in een gemeente waar iedereen telt >](#)
- [Praktijkgids sociaal-sportief werk #1](#)

Meer weten, inspiratie en good practices:
www.publiq.be/verenigingen-en-uitpas