

# IDÉKATALOG

– om integration og fastholdelse  
af voksne tennismotionister



BEVÆG  
DIG FOR  
LIVET



TrygFonden

NORDEA  
FONDEN

DGI







# INDHOLD

|                                                          |           |                                               |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------------|-----------|
| <b>INDLEDNING</b>                                        | <b>5</b>  | <b>4. SOCIALE ARRANGEMENTER OG KLUBMILJØ</b>  | <b>38</b> |
| <b>1. MEDLEMSTYPER OG FASTHOLDELSE</b>                   | <b>6</b>  | Frivillighed                                  | 40        |
| Klubtennispilleren                                       | 8         | PRO-AM for alle medlemmer                     | 42        |
| Konkurrencetennispilleren                                | 9         | Tilskuere og stemning til holdkampe           | 43        |
| Købetennispilleren                                       | 10        | Fællesspisning i tennisklubben                | 44        |
| Træningsmotionisten                                      | 11        | Fem fif til et godt arrangement               | 45        |
| Forskelle i aldersgruppers idrætsvaner                   | 12        | Klubmiljø for alle                            | 46        |
| Forskelle i kvinder og mænds idrætsvaner                 | 14        | <b>5. KONKRETE VÆRKTØJER TIL FASTHOLDELSE</b> | <b>48</b> |
| <b>2. DEN GODE MODTAGELSE</b>                            | <b>16</b> | Anvendelse af tilfredshedsundersøgelser       | 50        |
| Tennisportens Dag for alle                               | 18        | Makkerbørs                                    | 53        |
| Voksenintroduktion for motionister                       | 21        | Loyalitetsprogram og medlemsfordele           | 54        |
| Familietennis                                            | 22        | PBS - betalingsløsning                        | 57        |
| Mød din tennisklub                                       | 24        | Medlemsskabstyper                             | 58        |
| Mentorordning                                            | 25        | Faciliteter, der skaber gode rammer           | 62        |
| <b>3. HOLD PÅ MEDLEMMERNE MED GODE TENNISAKTIVITETER</b> | <b>26</b> | Kommunikationsværktøjer                       |           |
| Never-2-Late                                             | 28        | målrettet medlemmerne                         | 64        |
| Drop In                                                  | 29        | Facebook til forskellige formål               | 66        |
| Formiddagstennis for seniormotionister 60+               | 31        | Facebooksiden i praksis                       | 69        |
| Maratondøgn                                              | 32        | Aktivitet i vinterhalvåret                    | 70        |
| Træningslejr                                             | 33        | Play & Stay-konceptet                         | 72        |
| og rejser                                                | 33        | Receptionist / frivillig vært                 | 74        |
| Stævneformater                                           | 34        | God arbejdslyst!                              | 77        |
| Tøsetræf                                                 | 36        |                                               |           |
| Inspirationstræning, spot- og fokuskurser                | 37        |                                               |           |

**Idékatalog**  
– om integration og fastholdelse af voksne motionister

**Udgiver**  
Bevæg dig for livet – Tennis

**Layout**  
DGI Marketing / Job nr. 28622

**Tryk**  
DGI Print  
1. udgave, 1. oplag, 2018





## INDLEDNING

DGI Tennis og Dansk Tennis Forbund har indgået en fælles vision om, at flere voksne motionister skal spille tennis.

For at det kan lade sig gøre, kræver det, at vi sikrer en tilstrømning af nye medlemmer og sørger for gode tilbud til de nuværende medlemmer. Men hvordan gør man det? Det er der heldigvis mange gode bud på.

I dette idékatalog er der fokus på integration og fastholdelse af voksne motionister i tennisklubben. Det er håbet, at tennissporten i Danmark, herunder konsulenter, formænd, bestyrelsesmedlemmer, trænere og ildsjæle, kan blive inspireret og få glæde af de gode eksempler, der bliver præsenteret i kataloget.

Idékataloget er bygget op sådan, at hvert kapitel starter med en kort introduktion til emnet. Herefter følger en række cases og teorier om emnet med konkrete anbefalinger, som tennisklubben kan bruge i hverdagen.

Vi ved godt, at tennisklubber er forskellige, og at det ikke er muligt at iværksætte alle tiltag i hver enkelt klub. Forhåbentligt kan de mange tiltag, ideer og aktivitetsforslag i kataloget være med til at sætte øget fokus på integration og fastholdelse af medlemmer i din tennisklub.

God læselyst!



# 1. MEDLEMSTYPER OG FASTHOLDELSE

Ikke alle tennisspillere er ens, og motiverne til medlemskab er mange

Idrættens Analyseinstitut (IDAN) har lavet en medlemsundersøgelse om tennis i Danmark. På baggrund af undersøgelsen fandt de frem til fire forskellige medlemstyper i tennis, der alle har forskellige karakteristika alt efter livsfaser og deres tennisvaner.

Respondenterne i undersøgelsen er primært medlemmer, der har været i sporten mange år, da over halvdelen havde spillet tennis i mere end ti år. Derfor er de interessante i et fastholdelsesperspektiv.

Dette kapitel sætter fokus på de fire forskellige medlemstyper, som IDAN fandt frem til: 'Klubtennisspilleren', 'Konkurrencetennisspilleren', 'Købetennisspilleren' og 'Træningsmotionisten'.

Kapitlet beskriver de fire medlemstypers tennisvaner, holdninger og livsfaser, og hvordan netop disse faktorer spiller ind, når det gælder om at fastholde den enkelte medlemstype.

Der bliver set nærmere på forskellene mellem køn og aldersgrupper med fokus på tennis- og idrætsvaner.







# KONKURRENCETENNISPILLEREN

Denne medlemstype deltager i holdkampe, turneringer og stævner. De giver klart udtryk for, at de spiller tennis for netop at konkurrere. Deres primære sportslige fokus er tennis.

## Kendetegn

- Et fast segment af tennisspillere – flest i en yngre alder
- Mere udbredt blandt mandlige tennisspillere
- Har typisk været i sporten i flere år og ser tennis som sin primære idræt
- Spiller mindst 1-2 gange om ugen
- Spiller meget med skiftende makker, men også med fast
- Går relativt ofte til fællestræning og får relativt sjældent individuel træning
- De fleste deltager af og til i klubbens ikke-konkurrencebetonede tennisarrangementer, mens hver anden ofte deltager i de sociale arrangementer
- Spiller holdkampe og turneringer

## Motivationsfaktorer

Denne medlemstype omfatter både elitespillere og motionister, der har stor interesse for konkurrenceelementet. De bliver motiveret af det sportslige konkurrenceelement på forskellig vis afhængig af niveau, alder og generel motivation for at spille tennis

### 1) Elitespillere

Konkurrenceelementet er det afgørende omdrejningspunkt. De deltager aktivt i træningen og jævnligt i holdkampe og turneringer.

### 2) Motionister

Konkurrenceelementet er en af flere årsager. Ved deltagelse i konkurrence er det vigtigste ikke nødvendigvis at vinde, men derimod at få en god oplevelse ved at spille mod andre.

## Fastholdelse – livsfaser

Det er vigtigt, at disse medlemmer får muligheden for at konkurrere i holdkampe og turneringer, da det netop er det, der motiverer dem. Her er tale om et særligt trofast segment af spillere, da omtrent 70% af denne gruppe har spillet tennis i mere end ti år, og tennis er deres primære sport.

Det er en god idé at supplere holdkampe og stævner med klubmesterskaber eller [andre lokale turneringer](#) for at tilfredsstille denne gruppe. Hvis deres lyst til og behov for at konkurrere bliver imødekommet, er denne type medlemmer let at fastholde.



# KLUBTENNISPILLEREN

Denne medlemstype deltager i klubbens sociale arrangementer, og fællesskabet og det sociale liv i klubben har stor betydning for deres medlemsskab. Deres primære idræt er tennis.

## Kendetegn

- Modne voksne og ældre på 50 år og ældre
- Mere udbredt blandt kvindelige tennisspillere
- Har typisk været i sporten i flere år og ser tennis som sin primære idræt
- Spiller mindst 1-2 gange om ugen
- Den gruppe, hvor flest spiller med skiftende makker, men jævnligt også med fast
- Deltager ofte i fællestræning og relativt sjældent i individuel træning
- Den mest aktive gruppe i klubbens arrangementer
- Cirka halvdelen spiller holdkampe og/eller stævner

## Motivationsfaktorer

Sundhed, et godt helbred og fælleskab er stærke motivationsfaktorer. De ældre spillere søger det sociale fællesskab i lokalområdet, og deres behov for fleksibilitet og fællesskab stiger i takt med, at de bliver ældre.

Sammenholdet med de andre medlemmer i tennisklubben fylder meget. De opsøger arrangementer, der både er direkte og indirekte relateret til tennis, med det formål at spille tennis men

også for at få en god snak i klubhuset eller på banen bagefter.

Klubtennis spillerne deltager i høj grad i klubbens bestyrelser og [frivilligt arbejde](#), og de kan med fordel fungere som trækplastre, [mentor](#)er og forbilleder for klubben.

## Undtagelsen

Denne gruppe inkluderer også tidligere turneringsspillere, der på grund af deres alder ikke længere ønsker at konkurrere. Denne gruppe spillere kan stadig have et større sportsligt fokus på egen tennisudvikling og interesse i at følge klubbens tennisresultater i medierne end de øvrige klubtennis spillere.

## Fastholdelse – livsfaser

Da størstedelen af medlemmerne i denne kategori er 50+, er familieforpligtelser ikke længere en barriere for tennisspillet. Arbejdet kan dog stadig spille ind, og det samme gælder fysiske begrænsninger. Det er derfor en god idé at tilbyde aktiviteter, der er mindre fysisk krævende og belastende. Det sociale aspekt er altafgørende for denne medlemstype, og hvis netop dette behov bliver dækket, er gruppen let at fastholde.





## KØBETENNISPILLEREN

Denne medlemstype deltager typisk ikke i klubbens sociale liv og arrangementer. De giver udtryk for, at det sociale ikke har stor betydning for deres medlemskab.

### Kendetegn

- Primært yngre voksne i alderen 20-39 år
- Mere udbredt blandt mandlige tennisspillere
- Opdelt i to grupper: Lang tid i sporten og kort tid i sporten
- Den gruppe, der spiller mindst – fra 1 gang om måneden op til 2 gange om ugen
- Den gruppe, hvor flest spiller med fast makker
- Deltager nærmest aldrig i fællestræning eller individuel træning
- Deltager ikke i klubbens forskellige arrangementer
- Spiller ikke konkurrencetennis

### Motivationsfaktor

Selve tennisspillet er den største motivationsfaktor for denne medlemstype. Købetennisspilleren er medlem af tennisklubben for at få adgang til en bane, hvor han kan spille tennis sammen med en fast makker. Forholdet til andre medlemmer i klubben har ikke høj prioritet. Medlemsskabet handler primært om at kunne dyrke en aktivitet – ligesom et fitnessmedlemsskab.

### Fastholdelse – livsfaser

Der er flest købetennisspillere i alderen 20-40 år. Denne livsfase er 'forældrefasen', som det fremgår af figuren i afsnittet '[For-skelles i aldersgrupper idrætsvaner](#)'.

Medlemstypen kræver stor fleksibilitet og det at kunne dyrke idræt, når man har tid og lyst, er en afgørende faktor. Derfor dyrker en stor del af denne type medlemmer selvorganiseret idræt.

Det er svært at fastholde købetennisspillerne, da de sjældent eller aldrig deltager i klubbens sociale arrangementer. Hvis de skal engagere sig, kræver det en personlig henvendelse til dem i klubben, da de typisk ikke selv tager initiativ eller reagerer på diverse indbydelser.

For at få denne medlemstype i tale er det en god idé at tilbyde for eksempel ad hoc [tema-træninger](#) eller uforpligtende [drop-in](#) dage, da både dygtiggørelse, tenniselementet og fleksibilitet er vigtige faktorer. En [makkerbørs](#) er også et godt tiltag, da købetennisspillerne højst sandsynligt falder fra, hvis deres faste makker flytter eller bliver skadet.

Lykkes det at få købetennisspilleren til at deltage i drop-in eller en anden form for åben træning, så er vejen til deltagelse i holdkampe, [stævner](#) og [sociale arrangementer](#) gjort en anelse kortere, og klubben er samtidig kommet ét skridt nærmere fastholdelse af medlemmet på længere sigt.

## TRÆNINGSMOTIONISTEN

Denne medlemstype modtager tennistræning, fordi de ønsker at udvikle deres færdigheder. De benytter sig af klubbens træningstilbud og/eller får individuel træning, men de deltager ikke i stævner og turneringer.

### Kendetegn

- Særligt udbredt i alderen 30-49 år – kun meget få ældre i denne kategori
- Mest udbredt blandt kvindelige tennisspillere
- Har typisk været kortere tid i sporten end de øvrige grupper
- Spiller mellem 2 gange om måneden og op til 2 gange om ugen
- Spiller typisk med fast makker
- Deltager jævnligt i fællestræning og er den gruppe, hvor flest får individuel træning
- Deltager meget sjældent i klubbens sociale arrangementer
- Spiller ikke holdkampe eller turneringer

### Motivationsfaktorer

Denne gruppe kan inddeles i to forskellige underkategorier, men fælles for spillere i begge kategorier er, at de ønsker at forbedre deres tennisspil.

### 1) Egen tilfredsstillelse

De modtager træning, fordi træningen og udviklingen giver en personlig tilfredsstillelse. Har ikke et ønske om at spille konkurrencetennis.

### 2) Dygtiggørelse til mulig konkurrence

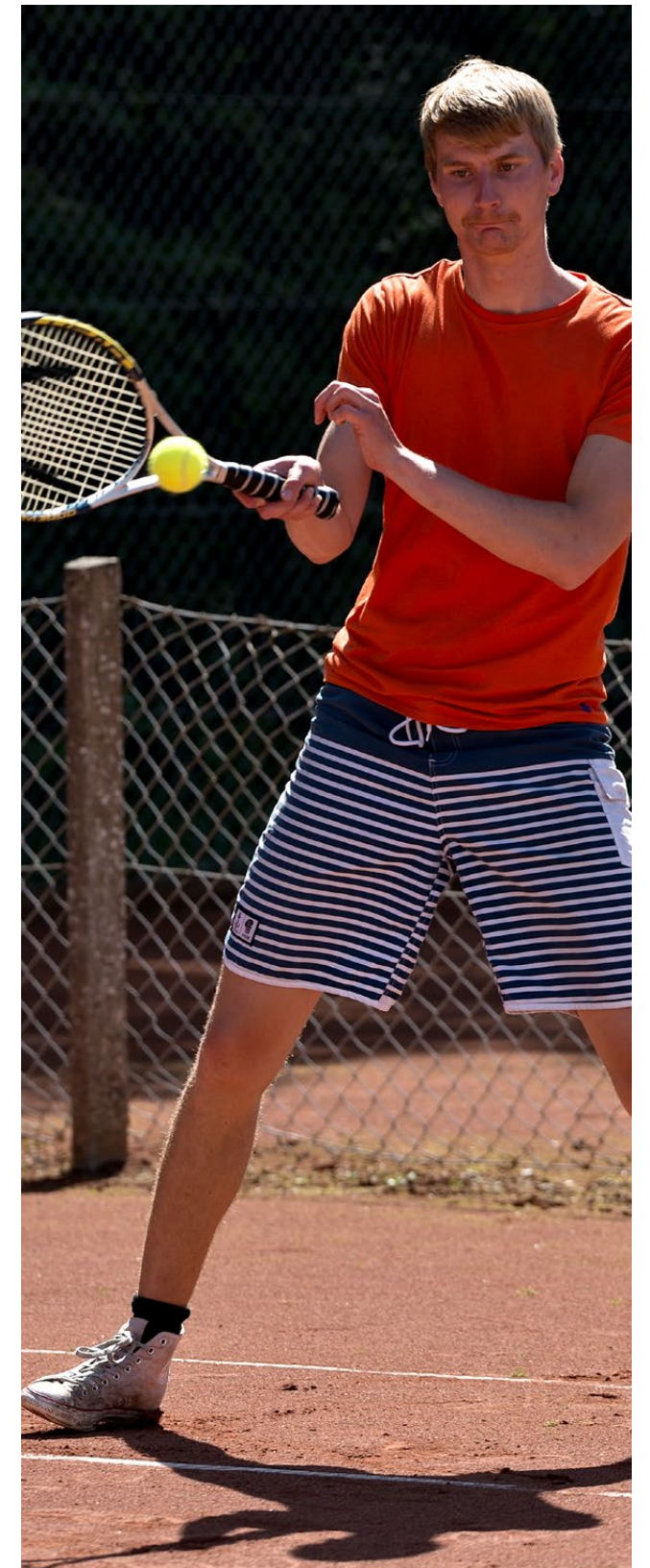
De modtager træning for at blive bedre og er ikke afvisende overfor konkurrencetennis. Deres motivation kan være at dygtiggøre sig og blive klar til at deltage i stævner/turneringer.

### Fastholdelse – livsfaser

Da denne type spillere er startet sent og typisk ikke har været i tennissporten i mange år, er de store sportslige ambitioner lagt på hylden. Formålet med træningen er primært at udvikle og forbedre deres spillefærdigheder.

Da tennis ikke som udgangspunkt er den primære idræt, er det en gruppe, der kan være svær at fastholde. Derfor er det vigtigt, at denne type medlemmer modtager en række forskellige træningstilbud og gerne på forskellige tidspunkter på ugen.

I forbindelse med træningen er der lejlighed til at påvirke og motivere spillerne til at deltage i klubbens [sociale arrangementer](#) og eventuelt i holdkampe og konkurrencer.





# FORSKELLE I ALDERSGRUPPERS IDRÆT SVANER

Alder, livsfaser og levevilkår er generelt afgørende for, i hvilket omfang vi dyrker idræt. Derfor forekommer de fire forskellige medlemstyper ikke kun indenfor tennis men også indenfor andre sportsgrene.

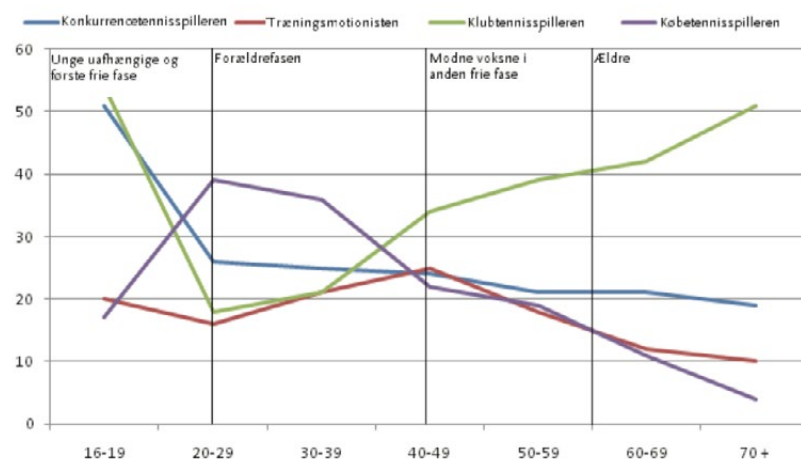
Indenfor tennis har medlemmernes livssituation stor indflydelse på, hvordan og hvorfor de spiller tennis, og hvilke tenniselementer de vægter højt. Det er derfor vigtigt at være opmærksom på de enkelte medlemmers sociale profil.

Sammenhængen mellem medlemstyperne i tennis og de forskellige livsfaser er illustreret her:

I forhold til de fire tennistyper er det særligt interessant at kigge på forskellige livsfaser.

De lodrette streger skal ikke opfattes som skel mellem de forskellige faser men mere som en vejledende inddeling.

Sammenhængen mellem de forskellige tennistyper og livsfaser (pct.).



"Tennis i Danmark", (2010, s. 111), Karsten Østerlund, Idrættens Analyseinstitut

## Alder: 16 - 29 år

'De unge uafhængige' og 'voksne i den første frie fase', går op til alderen 29 år. Der er mange konkurrence- og klubtennisspillere i disse livsfaser, da de har tid til både at dyrke det sportslige og det sociale aspekt.

Der sker dog en polarisering i denne gruppe, da nogle vælger idræt fra på grund af andre interesser såsom uddannelse, fritidsarbejde, venner og lignende, mens andre bliver mere aktive. Da de fleste endnu ikke har stiftet familie, og karrieren har høj prioritet, er fleksibilitet en vigtig faktor, og mange vælger en selvorganiseret idræt eller fitnesscenteret.

Andelen af klub- og konkurrencetennisspillere falder derfor i denne livsfase, hvorimod andelen af købetennisspillere stiger, da selvorganisering og fleksibilitet appellerer.

Motiverne for at dyrke idræt for de knap så idrætsaktive er blandt andet at komme i form, kropsæstetik og underholdning.

## Alder: 30 - 49 år

I forældrefasen, der varer indtil 50 års alderen, er der relativt mange købetennisspillere og gradvist færre konkurrencespillere. Antallet af klubtennisspillere stiger i denne fase, hvilket kan skyldes en gradvis stabilisering af karrierepresset, aldring, og at også børnene bliver ældre. Selvorganiserede aktiviteter er klart mest udbredt, mens færre deltager aktivt i foreningslivet.

En anden årsag til at antallet af klubtennisspillere stiger er, at det sociale aspekt får højere prioritet med alderen, mens konkurrence, træning og selvrealisering fylder mindre.

Motiverne for at dyrke idræt for de knap så idrætsaktive er blandt andet at tabe sig, komme i form, fleksibilitet, koble af, adspredelse og dygtiggørelse.

## Alder: 50+ år

Modne voksne og de ældre vægter det sociale element højt, når de dyrker sport og motion. Familien er i mindre grad en barriere for idrætsdeltagelse, mens fysikken i stigende grad sætter sine begrænsninger. Sundhed, et godt helbred og mindre belastende aktiviteter er vigtige fokuspunkter i denne fase.

Fællesskab er vigtigere end fleksibilitet i denne fase, og tilbud om træning sammen med andre kan tilfredsstille aldersgruppens sociale behov.

Andelen af træningsmotionister er rimelig stabil over alle livsfaser, men falder dog i de voksnes anden frie fase og ældrefasen, og det er derfor vigtigt med målrettede fællestøttræningstilbud til netop denne gruppe.

Motiverne for at dyrke idræt for de knap så idrætsaktive er blandt andet at tabe sig, komme i form, samvær og at have det sjovt.



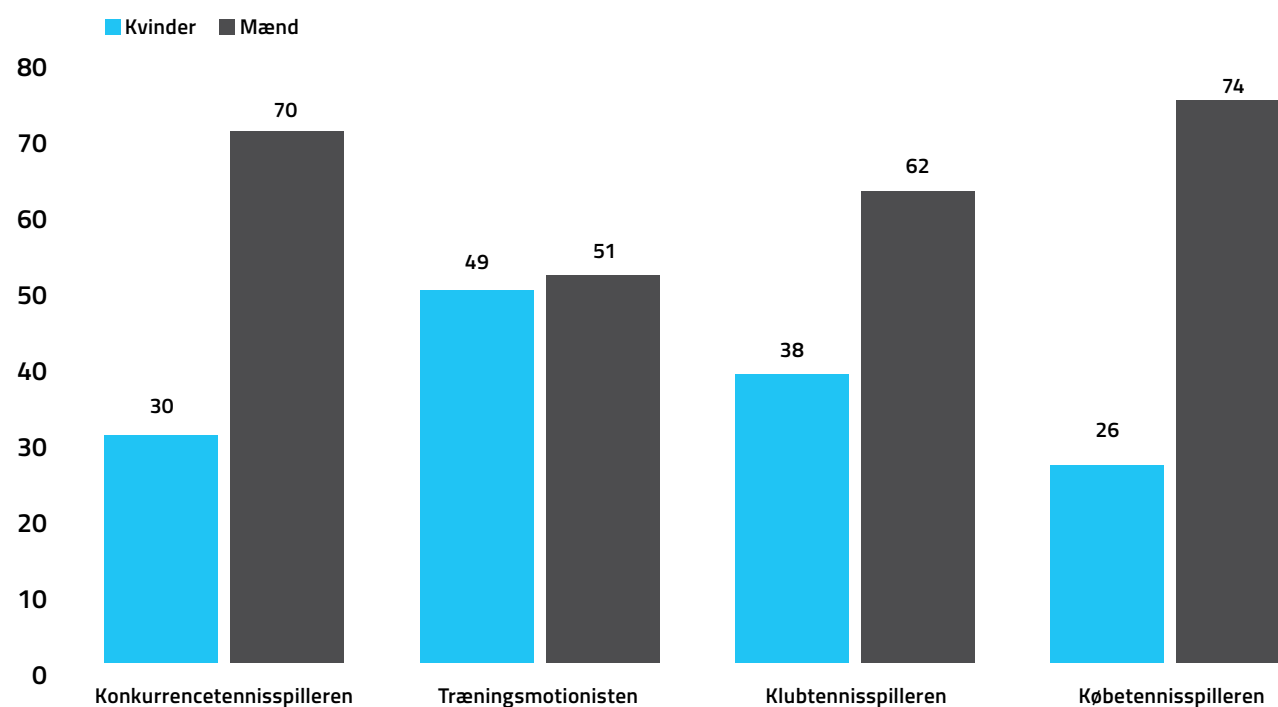




## FORSKELLE I KVINDER OG MÆNDS IDRÆTSSVANER

Diagrammet nedenfor viser kønsfordelingen på de fire forskellige medlemskabstyper. Det fremgår af diagrammet, at der er flest mænd blandt konkurrence- og købetennis spillerne. Der er også

flest mænd blandt klubtennis spillerne, hvorimod gruppen af træningsmotionister består af næsten lige mange mænd og kvinder.



Det er interessant at se nærmere på, hvad der driver henholdsvis kvinder og mænd til at spille tennis, hvilke krav de stiller til tennis klubben, og hvad der skal til for at fastholde dem.

IDAN's medlemsundersøgelse "Tennis i Danmark" har kigget på flere forskellige parametre:

### Spillehyppighed:

Her angav 73% af kvinderne, at de spillede mindst en gang om ugen, mens det tilsvarende kun var tilfældet for 66% af mændene. Så selvom der klart er flest mænd i tennissporten, både generelt og i undersøgelsen, så er kvinderne gennemsnitligt mere på banen.

### Træningstilbud:

Kvinderne er generelt mere tilbøjelige til at benytte sig af klubbens træningstilbud. 56% af kvinderne deltager i et eller andet omfang i fælles klubtræning, hvor det kun er 33% af mændene.

Hvad angår individuel træning, er det igen kvinder, der er mest aktive. Hele 77% af mændene angiver, at de aldrig får individuel træning, mens det er tilfældet for 58% af kvinderne. 7% af kvinderne får individuel træningen mindst en gang om ugen, hvor næsten ingen mænd (1%) gør brug af dette.

Kvinderne i undersøgelsen spiller mere tennis end mændene, og de forsøger i højere grad at dygtiggøre sig ved at deltage i forskellige træningstilbud som for eksempel klubtræning eller individuel træning. Attraktive træningstilbud er derfor vigtige for at integrere og fastholde kvindelige medlemmer. Det er desuden værd at bemærke, at der er en tydelig sammenhæng mellem, hvor meget respondenterne angiver at spille, og hvor meget træning de modtager. Jo oftere de spiller tennis, desto hyppigere deltager de i træning og vice versa.

### Turnering og stævner:

For begge køn er det kun et fåtal, der deltager i holdkampe, turneringer og stævner. Her er der klart potentiale for at få flere i gang – og på et tidligere tidspunkt i deres tennisliv.

### Sociale arrangementer:

Det er især kvinderne (52%), der deltager i deres klubs ikke-konkurrencebetonede tennisarrangementer, mens det er tilfældet for 39% af mændene.

I forhold til de sociale arrangementer er der ikke særlig stor forskel på, hvor ofte mænd og kvinder angiver at deltage. Det samme gør sig gældende, når det handler om at blive hængende i klubben efter tennis.

### Parametre for fastholdelse:

Her er noteret nogle af de faktorer, som gør sig gældende for henholdsvis mænd og kvinder, men husk, at ikke kun køn men også alder, livsfase og livsstil spiller ind.

### Kvindelige tennisspillere:

- Flest 'træningsmotionister' og dels 'klubtennis spillere'
- Holdtræning og dygtiggørelse
- Sociale arrangementer, hygge og klubliv
- Delvist konkurrenceorienteret: Holdturnering, stævner, double

### Mandlige tennisspillere:

- Flest 'købetennis spillere' og 'konkurrentennis spillere'
- At gå fra én fast makker til flere skiftende makkere
- Konkurrenceelementer: Single, double, turneringer, klubmesterskab





## 2. DEN GODE MODTAGELSE

### Førstehåndsindtryk og en varm velkomst kan gøre en stor forskel

Det kan være svært at være ny i en tennisklub uanset klubbens størrelse. Derfor er det vigtigt, at klubbens ledere og trænere har de rette redskaber, tiltag og initiativer på plads. Det gælder om at give de nye medlemmer et godt førstehåndsindtryk og at få dem føle sig godt tilpas fra start.

Dette kapitel omhandler tiltag og træningskoncepter, som kan være med til at sikre den gode modtagelse af nye voksne medlemmer i klubben.

Kapitlet omfatter en beskrivelse af Tennissportens Dag, Voksenintroduktion og Familietennis med tilhørende praktiske overvejelser og gode råd til klubbens ledelse.

Kapitlet omfatter også "Mød din tennisklub" og "Mentorordning", der kan være med til at forstærke den gode modtagelse.



# TENNISSPORTENS DAG FOR ALLE

Tennisportens Dag skaber gode oplevelser, nye medlemmer og netværk i klubben

Tennisportens Dag er en national event, hvor tennisklubber fra hele landet kan vise klubben og tennisporten frem på bedste vis. Alle interesserede får mulighed for at stifte bekendtskab med tennisportens alsidighed og sjove, sociale sider.

## Fordele for tennisklubben

- En rigtig god mulighed for at skaffe nye medlemmer
- Bliv en del af en fælles landsdækkende indsats med DGI, DTF og øvrige tennisklubber
- Kom med på landkortet og bliv synlig via den nationale markedsføringskampagne
- Fri adgang til [reklame- og pressemateriale](#)
- [Gratis markedsføringspakke](#) med plakater og postkort samt mulighed for ekstra tilkøb
- Rådgivning og sparring via en [Facebook-gruppe for arrangører](#)
- [Konsulentbistand](#) til planlægning af markedsførings- og handlingsplaner efter aftale
- [Arrangørmanual](#) med input til planlægning, markedsføring og aktiviteter på dagen

## Den bedste oplevelse

Klubben bestemmer selv omfanget af arrangementet, så længe de fremmødte deltagere får information om klubben og en god og gratis tennisoplevelse.

Det er en god idé at kombinere Tennisportens Dag med den traditionelle standerhejsning eller den store åbningsdag. Arrangementet skal være et socialt arrangement, der samler klubben og viser den sociale side af tennis. Erfaringerne viser, at de klubber, der både inviterer nuværende og potentielt nye medlemmer typisk får flere indmeldelser på dagen.

Det er vigtigt, at klubben selv hjælper til med at skabe opmærksomhed omkring arrangementet i lokalområdet. Brug for eksempel netværket omkring klubben, opsæt plakater, uddel flyers, kontakt lokalavisen og vær aktiv på klubbens hjemmeside og Facebook.

## Få mere info

Find endnu flere gode råd i [arrangørguiden](#) eller [kontakt din lokale tenniskonsulent](#), så din klub kan blive klædt godt på til Tennisportens Dag.

## Anbefalinger

- Brug egne medlemmer som ambassadører til at tiltrække nye folk.
- Tilstedeværelse på dagen og kommunikation før, under og efter arrangementet er altafgørende i forhold til at konvertere de besøgende til nye medlemmer.
- Sørg for at have et helt konkret tilbud klar til alle – uanset alder og niveau.
- Voksne, der ikke har børn med, og som måske har prøvet tennis i forvejen, foretrækker oftest opdeling på banerne efter alder og erfaring.
- Voksne, som har børn med, synes til gengæld, at det er godt, at børnene bliver aktiveret, og at hele familien har mulighed for at spille sammen.
- Voksne, der ikke har prøvet tennis før, vil gerne have små fif til for eksempel greb og slagteknik, inden de skal i gang med at spille.
- Arranger for eksempel en fælles introduktion, inden der er mulighed for fællesspil og/eller folk kan spille frit på banerne. Gentag introduktionen hver time, hvis der møder mange op.
- Sørg for at få noteret navn, alder og kontaktoplysninger for alle nye deltagere på dagen, så opfølgningen bliver helt konkret og gerne personlig.
- Sig pænt farvel og hav gerne en lille souvenir, som folk kan få med sig hjem, når de går. Afslutningen på et arrangement står stærkere i hukommelsen end hele forløbet i sig selv!

## Tilmelding af tennisklubben

Alle klubber kan frit melde sig til [Tennisportens Dag](#). [Kontakt din lokale tenniskonsulent](#), hvis du har spørgsmål til Tennisportens Dag.

Ved online tilmelding er det let at bestille markedsføringsmateriale, hente arrangørguiden og andet materiale til Tennisportens Dag.







# VOKSENINTRODUKTION FOR MOTIONISTER

Voksenintroduktion er et rekrutteringsværktøj, der henvender sig til voksne motionister, og gør det let at forene tennis med arbejds- og privatliv.

**Voksenintroduktion** henvender sig især til aldersgruppen 20-60 år, men det er også muligt at tilpasse konceptet, så det passer til 60+ eller andre afgrænsede målgrupper.

Klubben tilbyder et forløb med minimum seks timers begynder-træning til en pris, hvor alle kan være med. Klubben bestemmer selv, hvor mange træningspas forløbet skal omfatte, og hvor lang en periode forløbet skal strække sig over. Det samme gælder for omfanget af aktiviteter og tilbud under og efter forløbet.

Deltagerne er ikke forpligtet til at melde sig ind i klubben. Alle deltagere bliver imidlertid tilbudt en ny låneketsjer, som bliver deres kvit og frit, hvis de efterfølgende melder sig ind i klubben.

## Praktiske overvejelser

Det er vigtigt på forhånd at gøre sig overvejelser om tidsforbrug, bemanning og økonomi.

Sørg for at afsætte tid til planlægning og lokal markedsføring, da dette kan give gode resultater i forhold til en stigning i medlems-tallet.

En eller flere frivillige tager ansvar for markedsføring og ad-ministration af tilmeldinger. Klubben vurderer selv antallet af deltagere per træner afhængig af trænerens erfaring og antallet af tilmeldinger. En mindre erfaren træner kan tage ansvar for for eksempel otte deltagere, mens en mere rutineret træner kan påtage sig ansvaret for omkring 12 deltagere.

Klubbens finansiering består primært af trænerløn og lokal markedsføring. Et anbefalet deltagergebyr kan dække stykprisen for de nye ketsjere, som klubben for eksempel kan [købe til en god pris via DGI og DTF](#). Overskuddet kommer i takt med de efterføl-gende indmeldelser.

## Materialer og services

Det er muligt at få følgende ydelser i forbindelse med Voksenin-troduktion:

- Rådgivning fra [erfarne tenniskonsulenter](#) efter aftale
- [Trænerworkshops](#) op til udendørssæsonen
- En manual til håndtering af planlægning, markedsføring, træ-ning og fastholdelse
- [Tekstkabeloner og fotos til presse- og reklamemateriale](#)
- Hjælp til lokal markedsføring med plakater, postkort og på de sociale medier
- [Registrer klubbens forløb online](#) og få gavn af den nationale markedsføring
- Favorable priser på ketsjere, boldpakker og materialer

## Anbefalinger

En lang række klubber har allerede gjort sig erfaringer med Voksenintroduktion:

- Start forløbet ved sæsonstart og følg op med et tilbud om fast ugentlig træning til dem, der melder sig ind. Hvis klubben har indendørs banekapacitet, er det muligt at starte flere forløb for eksempel midt i august, primo oktober eller primo februar.
- Trænerne skal være mindst lige så socialt engageret som fokuseret på det tennistekniske aspekt. Find en balance alt efter spillernes niveau og behov.
- Tilbyd omkostningsfri bookning af baner under for-løbet. Selvspil styrker tilhørsforholdet til klubben og relationerne mellem deltagere.
- Lav en telefonliste, mailliste, Facebook-gruppe eller lignende, så deltagere let kan få kontakt og spille med hinanden.
- Forsøg at finde en tovholder på introholdet, som kan være med til at motivere og opfordre til "selvspil".
- Sørg gerne for lidt forplejning efter træningen og ar-ranger sociale arrangementer, så deltagere får skabt gode relationer og et tilhørsforhold til klubben.
- Tilbyd en rabat på indmeldelse, så prisen ikke er en barriere for at fortsætte. Sælg det som en form for prøvemedslemskab, hvor prisen for forløbet bliver truk-ke fra kontingentet.
- Det behøver ikke at være den mest rutinerede træner, der står for træningen. Tidligere deltagere på Vokse-nintroduktion, der gerne vil give andre en god tennis-start, kan sagtens varetage træningen. Modenhed og socialt engagement er afgørende.

## Kontakt tenniskonsulenten i dit område

— og hør mere om mulighederne for at få hjælp til plan-lægningen og den gode strategi for Voksenintroduktion.



# FAMILIETENNIS

Tilbyd en social og sjov tennisaktivitet til travle børnefamilier.

**Familietennis** henvender sig til børn i alderen fra 3-9 år og deres forældre og bedsteforældre. Det er en mulighed for at tilbyde tennistræning, hvor forældre og børn får aktiv kvalitetstid, motion og gode oplevelser sammen. Her er det muligt at tiltrække nye medlemmer til tennisklubben og styrke det sociale sammenhold i forældregruppen.

“Vi har en legende tilgang, og målet er, at familierne har en fest. Det skal være sjovt. Men vi har også mål for motorik, balance og koordination.”,

citat 2016, Rasmus Gråskov,

træner i Hareskov-Værløse Tennisklub

## 5 gode grunde til at tilbyde Familietennis

1. Gør klubben attraktiv for børnefamilier
2. Skab kontakt til potentielle frivillige blandt forældre
3. Udvikl tennisklubbens sociale side
4. Udnyt jeres faciliteter mere effektivt
5. Få nye medlemmer og skab en økonomisk gevinst

Det gør intet, hvis banekapaciteten ikke matcher antallet af deltagere. Til Familietennis kan man nemlig træne rigtig mange på banerne på samme tid. Hvis klubben råder over en tennishal eller en nærliggende idrætshal, kan Familietennis være på programmet året rundt.

## Få fat i flere frivillige

Da forældre i højere grad end andre er villige til at gøre en ekstra indsats for klubben, danner Familietennis grundlag for at udvide klubbens netværk af frivillige. Er familien involveret, er der med andre ord grundlag for et stærkt engagement, og nye forældre er oplagte kandidater til at påtage sig en rolle som frivillig.

## Hvad kræver det at afholde Familietennis?

Klubben tilbyder målrettet tennistræning til de yngste alderstrin og deres forældre.

- **3-5 år:** Barn og forældre træner med hinanden (leg, sjov og motorik)
- **5-7 år:** Børn og forældre træner sammen (leg, spil og øvelser)
- **7-9 år:** Børn og forældre træner på samme tid, men hver for sig (leg, spil og teknik)

Familietennis er et fleksibelt koncept, der giver mulighed for at tilpasse hold og aldersgrupper, så de matcher den enkelte familie og klubbens behov. Det er ikke nødvendigt at udbyde alle alderstrin, og det er muligt at sammenlægge alderstrin og flytte spillere individuelt – alt efter fysisk udvikling, niveau og bekendtskaber.

## Et Familietennisforløb med DGI og DTF indeholder:

- Strategimøde – 3 timer
- Trænerworkshop – 4 timer
- Supervision af træningen – 3 timer (valgfri)
- Opfølgningsmøde – 2 timer

## Materialer og services

Når din klub har købt et Familietennisforløb, giver det også mulighed for følgende:

- Trænermanual
- Ekstra trænerworkshops og supervision
- Hotline samt evt. rådgivning til træneren under forløbet
- Inspiration via [DGI Trænerguiden](#) til trænere og [DTF Vidensbank til til klubledere, frivillige og trænere](#).
- Anbefalingsmateriale til både klubben og forældre
- Evalueringskemaer (klub og deltagere)
- [Favorable priser på ketsjere, bolde, net og andet udstyr](#)
- Hjælp til den [lokale markedsføring](#) med blandt andet plakater, foldere og introduktionsvideo
- [Registrer klubbens forløb online](#) og få gavn af den nationale markedsføring

“Aktiviteterne skal være socialt orienteret.

Det er derfor forældrene vælger foreningen”

citat 2015, Martin Olsson, tenniskonsulent DGI Nordsjælland

og DGI Storkøbenhavn

“Alle dem, der har prøvet Familietennis, kommer igen”

citat 2017, Alexander Reinholdt, træner i Hareskov-Værløse

Tennisklub

## Nemt at starte op

[Kontakt din lokale tenniskonsulent](#) og få hjælp og anbefalinger til den helt rette strategi for Familietennis i din tennisklub.

## Se priser på forløb og startpakker

[Gør klubben stærkere med Familietennis i samarbejde med DGI og DTF.](#)







**Bliv inspireret**  
af [denne artikel fra dgi.dk om Egtved Tennisklub](#), der har sammensat en god velkomstpakke for nye spillere og har fordoblet sit medlemstal ved hjælp af en mentorordning

# MØD DIN TENNISKLUB

Inviter alle nye medlemmer til et uformelt introduktions-arrangement

Det er ofte erfaringen, at det kan være svært at være nyt medlem i en tennisklub. Derfor kan det være en god idé at invitere til et socialt arrangement, hvor nye medlemmer kan møde bestyrelsen, trænere, ledere og øvrige frivillige i klubben.

Benyt arrangementet til at informere de nye medlemmer om klubbens struktur og drift. Start for eksempel med et uformelt doublestævne eller hyggetennis, hvor man skifter medspillere og modstandere i løbet af aktiviteten.

Overvej at afslutte dagen med en middag, vin eller en let frokost.

**Tidsforbrug, bemanding og økonomi**  
Forberedelserne inkluderer udsendelse af invitationer, planlægning af en passende tennisaktivitet og et oplæg samt indkøb af forplejning. Arrangementet kan for eksempel vare 3-4 timer. Arrangementet kræver 2-4 tovholdere og deltagelse af så mange ledende klubfolk som muligt.

Overvej om det skal være gratis at deltage, da udgifterne går til et godt formål. Opkræv eventuelt et symbolsk deltagergebyr til dækning af udgifter til forplejning.

## Anbefalinger

- Tennisaktiviteten skal være af social karakter, og sæt gerne 'ældre' medlemmer sammen med nye medlemmer.
- Uddel små præmier eller velkomstgaver og reklamér for det både på forhånd og bagefter.
- Få styr på, hvem de nye medlemmer er og tag stilling til, hvordan de nye, uudnyttede frivillige kræfter i klubben kan sættes i spil.

# MENTORORDNING

En tennismmentor gør det nemmere at være nyt medlem

Det kan være en kæmpe hjælp for nye medlemmer at få et garvet medlem at sparre med fra starten. Det behøver ikke udelukkende at være ledere eller trænere, men kan også være medlemmer, der selv har stået i samme situation, og gerne vil dele ud af sine erfaringer.

**Klubbens indsats**  
Hvis din klub vælger at indføre en mentorordning, gælder det om at fastsætte en realistisk målsætning i forhold til antallet af nye medlemmer, arbejdsbelastning og administration samt kommunikation af ordningen til medlemmerne. Det kræver en aktiv indsats fra klubbens ledelse at finde nok frivillige til at agere som mentor.

En mentorordning er relevant for klubber af alle størrelser og handler ikke kun om at gøre klubben attraktiv for nye medlemmer men også om at styrke klubbens image udadtil.

**Sundt klubmiljø med flere aktive**  
Nye medlemmer kan bruge en hjælpende hånd uafhængigt,

hvilket niveau de spiller tennis på, og koncepter såsom '[N2L](#)', '[Drop In](#)', '[Mød din tennisklub](#)' og [andre sociale arrangementer](#) kan være med til at etablere et stærkt netværk blandt klubbens medlemmer. Alt i alt handler det om at dyrke og pleje et sundt og godt miljø i klubben, da dette medfører mere aktivitet både på og udenfor banerne.

**Bud på krav til en mentor**  
Mentorer behøver ikke at besidde særlige kvalifikationer, men de skal være klar til at hjælpe og stå til rådighed for nye medlemmer.

- Mentorens rolle:
- Vær imødekomende og sæt lidt ekstra tid af i starten
  - Vis klubbens faciliteter – baner, omklædnings- og opholdsrum mv.
  - Hjælp til navigation af hjemmeside, banebooking og de sociale medier; grupper osv.
  - Fortæl konkret om de muligheder og tilbud, der er relevant for medlemmet
  - Hjælp medlemmet med at skabe et netværk til andre i klubben

## Anbefalinger

- Find repræsentanter i alle aldersgrupper, der kan virke som ambassadører for mentorordningen og inspirere andre til at indgå mentoraftaler
- Sørg for, at der bliver udvekslet telefonnumre og e-mailadresser mellem mentoren og det nye medlem
- Mentoren og det nye medlem behøver ikke spille tennis sammen, men det er en god idé
- Lav arrangementer som for eksempel doublestævner, hvor mentor og medlem stiller op sammen som par mod andre par fra mentorordningen
- Gør brug af de medlemmer, der har en kærlighed til sporten og vil hjælpe andre
- En [makkerbars](#) kan fungere som et godt supplerende redskab for mentoren til at finde relevante makkere til nye medlemmer.



# 3. HOLD PÅ MEDLEMMERNE MED GODE TENNISAKTIVITETER

Medlemmer, der deltager aktivt i klubbens tiltag, falder sjældnere fra

Mange tennisklubber gør allerede en målrettet indsats for at fastholde deres medlemmer og har fokus på at imødekomme medlemmernes ønsker og behov.

Rapporten "Forening i forandring? - en undersøgelse af idrætsforeninger i Danmark" fra 2017, viste, at hele 75,4% af foreningerne er villige til at iværksætte nye tiltag for at fastholde eksisterende medlemmer.

Dette kapitel beskriver en række tennisaktiviteter, der kan være med til styrke din klubs indsats for at fastholde medlemmer.

Kapitlet sætter særligt fokus på: "Never-2-Late", Drop in, formiddagstennis for 60+, maratondøgn, træningslejr- og rejser, tøjsetræf, stævneformater samt inspirationstræning og spotkurser. Disse aktiviteter er blot nogle blandt flere mulige veje din klub kan gå.





# NEVER-2-LATE

Voksentræningen "Never-2-Late" (N2L) er meget eftertragtet og kan samle klubbens medlemmer på tværs af alder og niveau

Flere klubber har haft stor succes med at tilbyde breddetræning til voksne, hvor deltagerne bliver inddelt på hold efter niveau: Nybegyndere, let-øvede og øvede. Holdenes træning bliver styret af en eller flere trænere, og der kan med fordel være op til seks personer på én bane.

"Never-2-Late har kørt med succes i Gentofte Tennisklub i flere år. Det har været et stort plus for klubben at få et tilbud målrettet voksne motionister."

citat fra 2018 ved Maria Jespersen, træner i Gentofte Tennisklub.



# DROP IN

Et tilbud til alle klubbens voksne medlemmer

At 'droppe ind' er en god mulighed for både nye og gamle medlemmer til at møde hinanden og finde nye makkeres at spille med. Der kan både være en træner tilstede og/eller en frivillig tovholder, der sammensætter holdene på banerne.

"Det er en fin måde at komme ind i klubben på. Man får snakket med de øvrige medlemmer og har mulighed for at få aftalt spilletider med andre."

uddrag fra Vig Tennisklubs hjemmeside 2018

## Anbefalinger

- Tilbyd træning på forskellige dage og tidspunkter, så så mange som muligt kan deltage.
- Annoncer tilmeldingsfrist og niveauinddeling i god tid.
- Tilmelding og betaling skal kunne foregå online via bookingsystemet.
- En træningssession bør vare én time. Opret gerne flere timer i forlængelse af hinanden med nye hold.
- Lad deltagerne selv angive deres niveau ved tilmelding, hvis træneren ikke kender alle tilmeldte.
- Brug orange og grønne Play & Stay-bolde til nybegyndere.
- Kan fungere som et godt træningstilbud som opfølgning på et [Voksenintroduktionsforløb](#).
- Sæt fokus på forskellige temaer fra gang til gang som for eksempel teknik og taktik, hvor sidstnævnte henvender sig til de mere øvede.
- Brug med fordel tid på sjove pointspil. Voksne vil også gerne grine, lege og konkurrere.

## Anbefalinger

- Book baner i god tid på de fastlagte spilledage.
- Book gerne, så der er rigelig banekapacitet. Hvis kapacitet er en udfordring, kan der alternativt være en tilmeldingsfrist dagen inden, så flere baner kan bookes/frigives.
- En træner eller frivillig skal være til stede for at fordele folk og sørge for bolde. Den ansvarlige kan sagtens selv deltage aktivt, så længe det er overskueligt.
- Det kan være flere forskellige frivillige, der stiller sig til rådighed fra gang for gang. Lav gerne en vagtplan inden sæsonstart eller efter første gang.
- Tilbyd eventuelt en let forplejning såsom en kop kaffe eller en øl efter træningen. Gør det sociale aspekt til en fast tradition.
- Et Drop In-arrangement kan omfatte omfatte både træning, sociale tennisspil og kampe.
- Afhold Drop-In over flere dage, hvis efterspørgslen er stor, og klubben har kapacitet til det. Det kan både være Drop formiddags- og eftermiddags-drop in.
- Lad arrangementet være for alle voksne uanset alder og niveau, så medlemmerne har mulighed for at møde hinanden på kryds og tværs.





## FORMIDDAGSTENNIS FOR SENIORMOTIONISTER 60+

Har klubben tomme baner om formiddagen? Så er tiltag for ældre en god mulighed.

I stedet for at banerne står helt eller delvist tomme om formiddagen, kan klubben tilbyde træning såsom ["Voksenintroduktion"](#), ["N2L"](#), ["Drop In"](#) eller [små interne hyggestævner](#). Det kræver bare en træner eller en frivillig til at starte det op.

Formiddagstræningen kan starte med et Voksenintroduktionsforløb for helt nye 60+ spillere, så der hver sæson er sikret ny tilgang til formiddagsholdene. Er det en succes, kan det efterfølgende blive en fast ugentlig aktivitet, hvor man på forhånd betaler for cirka 12 gange.

### **Et stort aktiv i Greve Tennisklub**

Greve Tennisklub oplever stor succes med formiddagstennis og en blomstrende 60+ afdeling med over 300 medlemmer.

Klubben starter med at annoncere to uger i træk i den lokale avis. Dernæst står en frivillig for at tage imod tilmeldinger, svare på spørgsmål og opkrævning.

En af klubbens dygtige trænere står for introforløbet, og efter hver træning står en af klubbens frivillige for forplejning til deltagerne. Når træningsforløbet er slut, booker klubben faste baner til det nystartede hold for resten af sæsonen, og der bliver udnævnt en holdkaptajn, som er koordinator og kontaktperson for det helt nye +60-hold.

"Vi er meget stolte af nu at have 15 forskellige ældretennishold i klubben. Det er en god påmindelse om, at vedholdenhed og kontinuitet betaler sig. Derudover er det en fornøjelse, at der fra det første hold fortsat er 7-8 spillere tilbage, selvom de nu alle har passeret de 80 år."

Sportschef i Greve Tennisklub (2017), Kim Bau Andesen

Det store fokus på denne målgruppe betyder, at Greve Tennisklub har en problemstilling, som man ikke oplever mange steder: det er stort set ikke muligt at booke en bane fra kl. 9-15.

### **Anbefalinger**

- Annoncer i god tid, hvornår træningen foregår
- Anvend traditionelle kanaler såsom opslag, avis og hjemmeside.
- Sæt tilmeldingsfristen tæt op til træningsstart
- Book banerne i god tid og sørg for, at der er handlet ind til kaffe, morgenmad eller frokost.
- Fastsæt en pris, for eksempel et symbolsk beløb mellem 25-50 kr. per gang eller et fast beløb for fri deltagelse en hel sæson.
- Til sidst kan det blive et "uafhængigt" netværk, som styrer sig selv, og nye tiltag kan derfor tages i brug, så eventuelt nye hold kan interagere med tidligere hold og andre aldersgrupper.
- Skal holdet være mere uafhængigt, så hjælp det på vej ved for eksempel at facilitere et møde, hvor deltagerne kan vælge en holdkaptajn og få planlagt den kommende sæson og aktiviteter.
- Nye medlemmer i gruppen kan have gavn af mentorer, for eksempel i form af en tidligere deltager på et formiddagshold eller andre erfarne frivillige fra klubben.
- Overvej samarbejde med andre organisationer og foreninger (for eksempel Ældre Motion, Ældresagen, Kommunen og Sundhedsforvaltningen)



# MARATONDØGN

En god måde at styrke klubbens økonomi og fællesskab

Maratondøgn er, som navnet antyder, 24-timers tennis med det formål at indsamle penge til klubben via sponsorer. Arrangementet henvender sig til alle tenniselskere i klubben, der kan deltage på alle niveauer, med [Play & Stay-bolde](#) eller traditionel gul bold, og i både single og double.

Flere klubber heriblandt Helsingør Tennisklub, Øresund Tennis, Roskilde Tennis Klub, HRT og KB har haft succes med maratondøgn. Arrangementet giver både en økonomisk indtægt og socialt samvær blandt medlemmerne.

## Indtægt via sponsorer

Både private og virksomheder kan fungerer som sponsorer. Som sponsor tegner man en kontrakt, der indebærer, at man for eksempel støtter med et beløb per spillet parti i løbet af de 24 timer, arrangementet varer. Hver sponsor bestemmer selv, hvilket beløb de ønsker at støtte med. Det er dog en god idé at fastsætte et mindstebeløb på for eksempel 10 øre per parti for private og 1 kr. per parti for virksomheder.

Antallet af partier afhænger af klubstørrelsen og klubbens faciliteter herunder antal af baner.

Eksempelvis forventede Øresund Tennis i 2013 at spille mellem 1700-1900 partier i løbet af 24 timer. De satte et loft på 1800 spillede partier, hvilket betød, at privatpersoner maksimalt kunne støtte med 180 kr. og virksomheder med 1.800 kr. Målet var, at 300-500 medlemmer skulle støtte op om projektet.

## Planlægning

Book banerne i samtlige 24 timer, uanset om arrangementet er udendørs eller indendørs. Da klubberne generelt råder over flest udendørsbaner, bliver maratondøgn for det meste afholdt udendørs. Hvis der er lys på banerne, er der mulighed for at spille endnu flere partier.

I Helsingør Tennisklub var det klubbens juniorer, der stod for salget af sponsorkontrakterne. De skulle sælge omkring 10 sponsorater hver. Hver kontrakt var en lodseddel, hvor der under arrangementet blev trukket lod om flotte præmier.

Klubben skal sørge for [frivillige tovholdere](#) til at stå for igangsætning af kampe, forplejning og eventuelt overnatning.



## Anbefalinger

- Markedsfør arrangementet i god tid, og sæt tilmeldingsfristen i god tid. Det er et arrangement, som kræver tid, planlægning og en del frivillige.
- Det er en fordel at lave en samlet kampplan for samtlige baner, når alle er tilmeldt. Hver kamp kan være tidsbaseret på 30 – 60 min. med running-score for partier.
- Hvis klubben har adgang til en tennishal eller baner i en idrætshal i nærheden, kan arrangementet fortsætte efter solnedgang med for eksempel ["Nattennis"](#) og UV-belyste baner.
- Arranger eventuelt overnatning, filmhygge og natløb for de yngste deltagere.

# TRÆNINGSLEJR OG REJSER

Tag ketsjeren med og få en aktiv ferie som optimal opstart på sæsonen

En træningslejr i udlandet er en unik chance for at få en social og fantastisk tennisoplevelse for alle klubbens medlemmer. Det er et godt initiativ uanset klubbens størrelse.

## Relevante målgrupper

En træningslejr kan styrke sammenholdet blandt klubbens medlemmer på tværs af alder og niveau. Det behøver ikke at være en tur til udlandet men kan også være en lejr i Danmark. Det handler om at ramme den ønskede målgruppe bedst muligt. Tilbyd for eksempel en træningslejr for turneringsspillere i juniorgruppen som optimal forberedelse på sæsonen.

## Turneringsspillere:

Hvis udendørssæsonen er i fokus, som den er for de fleste klubber med en større gruppe af turneringsspillere, så kan en træningslejr i udlandet være en oplagt idé. Da udendørssæsonen i Danmark først starter midt i april eller i starten af maj, er det en god idé at rejse på træningslejr et sted, hvor grussæsonen starter tidligere som for eksempel Tyrkiet, Spanien eller Kroatien. Sverige, England eller Tyskland er gode destinationer for indendørs træning.

Uanset om træningslejren har fokus på indendørs eller udendørs træning, udarbejder klubber og destinationer i udlandet gerne et samlet tilbud på kost, logi og baneleje.

## Motionister:

For motionister er betydningen af terminen i forhold til opstart af sæsoner knap så afgørende. Socialt samvær og fælles oplevelser har derimod høj prioritet for deltagerne, og her tilbyder DGI og DTF en række god muligheder både forår og efterår.

## Anbefalinger

- Afsøg mulighederne hos [DGI](#) og [DTF](#), inden klubben selv begynder på planlægningen.
- Står klubben selv for planlægningen, er det en god idé at booke baner og hotel senest et halvt år i forvejen, da der er mange om buddet på de eftertragtede destinationer.
- Husk at tilmeldingsgebyret skal dække udgifter til baneleje, kost, logi og trænerløn.
- En tennisrejse skaber forankring og tilhørsforhold i klubben – og kan dermed være en oplagt mulighed for at rekruttere nye frivillige til klubben.





## STÆVNEFORMATER

### Imødekom efterspørgslen på sociale stævner og konkurrence

I IDAN's tennisundersøgelse fra 2010 kom det frem, at to ud af tre tennisspillere var motionister i den forstand, at de aldrig deltog i hverken holdkampe, turneringer eller stævner. Det er et paradoks, da tennisspillere generelt efterspørger interne turneringer og flere [sociale arrangementer](#), hvor de kan møde hinanden.

Resultaterne af undersøgelsen peger på, at det er vigtigt, at tennisspillere får mulighed for at møde hinanden på kryds og tværs, da den altoverskyggende årsag til medlemsfrafald er manglen på en tennismakker. Mere end halvdelen af de frafaldne medlemmer angav dette som medvirkende årsag til udmelding.

#### Turnerings- og stævneformater

Dette afsnit beskriver kort en række stævneformater, som er lette og sjove at gå til og arrangere af en tovholder fra klubben.

##### 2 i 1 double

Formatet spilles over to runder med puljekampe. Det kan afvikles både som single og double.

I 1. runde spilles der kampe uafhængigt af niveau, hvor deltagerne kommer til at spille på samme bane med og mod alle i ens egen pulje.

I 2. runde bliver spillerne inddelt efter styrke (resultaterne) fra de

indledende puljer. I single vil de bedst placerede dermed møde hinanden i en fælles pulje, og tilsvarende de dårligst placerede i én pulje. På denne måde bliver der mange jævnbyrdige kampe, og alle bliver udfordret på forskellig vis.

I double spiller man med forskellige makker i 1. runde, hvorefter man får tildelt en fast makker i 2. runde. Det kan for eksempel være en stærk-svag sammensætning afhængigt af de points, der blev optjent i 1. runde, eller en opdeling med de bedste i pulje 1, næstbedste i pulje 2 osv.

#### Stærk-svag turnering

Spillerne bliver sat sammen i doubler eller måske "triplespil" afhængigt af styrke, hvor de mere erfarne spillere kan hjælpe nye og let øvede spillere i gang med at få nogle gode tennisoplevelser i flere kampe.

Det er generelt en god mulighed for alle, der har lyst til at møde andre medlemmer. Spørg gerne for, at alle får mindst tre kampe, der eventuelt kan være forkortet på points eller tid.

#### Valgturnering (Ten Tour)

Man kan styre en valgturnering ved at hænge sedler med alle deltagernes navne på en tøjsnor. Der bliver spillet doublekampe med udgangspunkt i følgende fem steps:

1) Spilleren på sedlen længst til højre på tøjsnoren er den første

til at vælge en makker – 2) Makkeren vælger en modspiller – 3) Modspilleren vælger sin makker – 4) Tag sedlerne ned fra snoren – 5) Den spiller, der nu hænger længst til højre, er førstevælger til næste kamp.

Giv eventuelt alle spillere points eller et spillertal, der angiver deres niveau, og justér tallet op eller ned efter hver kamp på baggrund af antal partier eller sejre.

Det er ikke tilladt at vælge den samme makker to gange, og deltagerne kender ikke nødvendigvis hinandens niveau på forhånd. Det kan både give tætte eller mere ulige kampe. Alle kommer til at spille stort set lige mange kampe, og det virker generelt retfærdigt, socialt og underholdende.

Det er muligt at [downloade valgturneringen som en app ved navn "Ten Tour"](#). Når deltagerne og deres spillertal er oprettet i app'en, kører lodtrækningen automatisk, og det er ikke nødvendigt at bruge tøjsnor og sedler.

#### Davis Cup

Der spilles to mod to med i alt fem kampe. Indled turneringen med to singler efterfulgt af en double, og til sidst igen to singler, hvor man bytter modstandere fra de første singlekampe. På denne måde får hver deltager spillet to singler og en double. Afhold eventuelt arrangementet som en intern klubturnering, der strækker sig over flere dage, med flere hold og forkortede kampe til 1 sæt.

#### Venskabskampe med andre klubber

Med en venskabskamp mod en anden klub får klubbens medlemmer en hyggelig tennisdag, hvor det handler om at spille med/mod andre end dem, man plejer, og hvor det sociale aspekt har høj prioritet.

Esbjerg Tennis Klub og Kolding Tennis Klub holder hvert år to venskabsarrangementer, hvor de to klubbers voksne motionister spiller mod hinanden med skiftende makker i herre-, dame- og mixdouble.

De to klubber har samarbejdet i mere end 10 år, og arrangementerne bliver afholdt udendørs i Esbjerg og indendørs i Kolding. Ved de indendørs arrangementer kan der deltage 18 spillere fra hver klub med kampe på fire baner, mens der ved de udendørs arrangementer er et ubegrænset deltagerantal. Alle voksne kan deltage uanset niveau.

Udebaneholdet starter dagen med fælleskørsel fra klubhuset. Selve arrangementet begynder kl. 9.00 med velkomst og info om dagens forløb, forplejning med kaffe og opsætning af holdene. Kampene bliver afviklet med skiftende hold fra kl. 10.00-15.00. Hver kamp varer 40 minutter inklusiv ti minutters opvarmning.

En tenniskyndig fra hver klub sætter jævnbyrdige hold, så alle får jævnbyrdige kampe. Kl. 15.00 slutter dagen med pointtælling, fællesspisning og hyggeligt samvær. Sejrene bliver ikke dyrket, udover at taberholdet selvfølgelig har revanche til gode.

#### Nattennis

Flere klubber er begyndt at krydre sin aktivitetskalender med arrangementer med fællesspisning og tennis ud på de sene aften- og nattetimer. Det er en god anledning til at møde hinanden til hyggeligt samvær og samtidig få adspredelse fra den traditionelle tennisrytme. Hvis børnene er med, er det en idé at arrangere for eksempel overnatning og film på storskærm.

Seneste skud på stammen inkluderer muligheden for at spille tennis i mørke. Ved hjælp af UV-lamper og udstyr kan streger og bolde tegnes op. Når lyset i hallen bliver slukket, er det stadig muligt at se både bolde, net og bane.

#### Triples

Inddel deltagerne i hold med 3-4 spillere på hvert. Der er hele tiden tre spillere på banen ad gangen for hvert hold. Det kan være en opstilling med to spillere ved baglinjen og én på nettet. Er der fire spillere på et hold, kan de rotere, når serveren skifter, som i volleyball. Der bliver altid spillet med orange bolde, så flere niveauer kan være med sammen, og ingen skal være bekymret for at blive ramt af bolden ved nettet. Spil med bordtennispoints på tid, for eksempel ti minutter, og lav en puljeturnering mellem flere hold, der dyster alle mod alle.





# INSPIRATIONSTRÆNING, SPOT- OG FOKUSKURSER

Få besøg af en instruktør og tilbyd en sjov og inspirerende aktivitet

DGI, DTF og unionerne tilbyder en række muligheder inden for klubarrangementer og uddannelse, hvor klubbens trænere bliver klædt på til at kunne tilbyde aktiviteter og træning af høj kvalitet. Veluddannede trænere er med til at sikre, at det altid er sjovt og udfordrende for udøverne at komme til tennis.

Et endags-arrangement kan være et DGI spotkursus eller et DTF fokuskursus for alle interesserede og trænere i klubben. Det kan også være en instruktør, der ad hoc kommer på besøg og står for aktiviteter og træning for klubbens medlemmer.

Det giver god mulighed for at skabe variation i klubbens tilbud til trænere og medlemmer, der kan blive inspireret og undervist af andre erfarne og kompetente trænere.

I samme boldgade har mange klubber succes med at afholde fleksible tematræninger for de voksne medlemmer. Det kan være tematræninger med fokus på for eksempel baghånd, serv eller doublespil, der bliver udbudt ad hoc og med fri tilmelding fra gang til gang efter først-til-mølle princippet. Opkræv eventuelt et deltagergebyr og sæt en grænse for antal deltagere afhængigt af, hvor mange trænere og baner der er til rådighed.

## Få mere info om kurser

[Kontakt jeres lokale tenniskonsulent](#) for at høre mere om mulighederne og bliv inspireret til jeres træning

## TØSETRÆF

Få de tennisglade kvinder ud på tennisbanerne

Et solidt samarbejde på tværs af ildsjæle, klubber og unionen fået masser af kvinder ud på banerne rundt omkring i de fynske klubber. Flere af arrangementerne har været overtegnet med deltagere fra mange klubber hver gang.

### Simple og sociale virkemidler

Konceptet bygger på doubletræf med skiftende makkere og modstandere suppleret med instruktion af en dygtig træner, der øser af sine gode fif på en underholdende, struktureret og imødekommende måde.

Deltagernes alder er typisk 40 - 75 år, og konceptet er baseret på, at alle får mulighed for 5 x 40 minutters spil med 40 minutters instruktion undervejs.

I turneringen bliver der ikke kåret vindere og tabere. Udgangspunktet er spil på tværs med fokus på skiftende makkere, hygge, instruktion, taktik og personlig udvikling.

Nøgleordene for deltagerne er glæde, grin, åbenhed og positivitet. Det, der tiltaler mange af kvinderne er, at det ikke er et præstationsræs, og der ikke bliver kåret nogen vindere.

### Anbefalinger

- Gå sammen med andre klubber, som kan bidrage til at få arrangementet op at stå.
- Få bygget et netværk op med kontaktpersoner inklusiv en kvindeansvarlig i hver klub.
- Undervurder ikke kommunikationen. Send invitationer ud til flest mulige klubber, som henvender sig til målgruppen og kan hænges op i klubhuset / sendes videre.
- Inden arrangementet afsluttes, kan der laves nye aftaler til næste år.
- Vær opmærksom på de tennistilbud, der i forvejen er til kvinder, og hjælp til med at få orienteret klubbens kvindelige medlemmer om mulighederne.





# 4. SOCIALE ARRANGEMENTER OG KLUBMILJØ

## Uformelt samvær i foreningslivet skaber fællesskab og bånd til klubben

Det er ikke kun tennisrelaterede aktiviteter, der har betydning for fastholdelsen af tennisspillere. Det sociale aspekt spiller også en vigtig rolle, dog i varierende grad for de forskellige medlemstyper.

Rapporten "Forening i forandring? - en undersøgelse af idrætsforeninger i Danmark" fra 2017, viser, at to tredjedele af idrætsforeningerne gør en aktiv indsats for at fastholde eksisterende voksne medlemmer.

Undersøgelsen viser også, at sociale arrangementer er det aller-mest anvendte tiltag for at fastholde medlemmer. De foreninger, der afholder sociale arrangementer, har generelt haft en bedre medlemsudvikling. Her kommer medlemmerne for at spille tennis, og de bliver på grund af det sociale aspekt.

Ifølge IDAN's undersøgelse "Tennis i Danmark" deltager mindre end én tredjedel af danske tennisspillere i de sociale klubarrangementer, og tilsvarende bliver kun én tredjedel hængende i klubben, efter de har spillet.

Som medlem i en idrætsforening er det vigtigt at opleve et klubmiljø, som man kan spejle sig i, og hvor man har mulighed for at udfolde sig. Derfor er klubben afhængig af en frivillig indsats til at arrangere sociale aktiviteter og skabe gode rammer for fællesskab og sociale netværk.

Dette kapitel giver en kort introduktion til arbejdet med frivillige, som det vigtigste fundament for klublivet. Kapitlet handler desuden om sociale arrangementer for alle klubbens medlemmer - store som små, unge som ældre.





# FRIVILLIGHED

## Kendetegn for frivillige

I IDAN's undersøgelse om frivillighed er konklusionen, at de frivilliges profil i høj grad afspejler medlemmernes profil. Da der ofte er flest mænd i tennisklubberne, er der derfor også flest mænd blandt de frivillige. De frivillige er oftest samboende og har børn.

## Den frivillige indsats

Det kan være en fordel at få trofaste og erfarne frivillige til at hjælpe med at rekruttere nye frivillige. Fortæl ud fra egne erfaringer omkring arbejdsbelastning og goder og gør de nye frivillige opmærksomme på, at det mest almindelige er at arbejde frivilligt i cirka 3-4 timer om ugen i givne perioder.

Rekruttering af frivillige kan sammenlignes med relationsdannelse og dating. Det er lettere, at få succes, hvis man starter i et afgrænset omfang og med uforpligtende rammer. Derfra kan man stille og roligt bygge på. De fleste har svært ved at forholde sig til en bestyrelsespost med det samme. Det bør ikke koste penge at være frivillig. Beløn for eksempel lederarbejde i bestyrelsen med rabat på medlemskab eller gratis ydelser. Gratis ydelser er den mest anvendte form for honorar og bliver brugt mest til de yngste frivillige. Jo ældre de frivillige er, desto færre får et honorar.

## Frivillige i tennisklubben

De frivillige i tennisklubben er ofte forældre til børn, der træner i klubben, eller motionister, der har spillet tennis i længere tid og gerne vil gøre en ekstra indsats for klubben.

Tag gerne fat i de spillere, der glædeligt gør brug af klubbens faciliteter, og find et passende ansvarsområde til dem. Fremmøde og engagement hænger ofte sammen, så det er værd at spørge de medlemmer, der ofte kommer i klubben, om de er interesserede i at udføre frivilligt arbejde. Oftest er de aldrig blevet spurgt, og flere af dem vil garanteret gerne sætte deres præg på klubben.

## Motiverne er forskellige

Baggrunden for at udføre frivilligt arbejde er ofte 'sagen' og 'værdierne', som klubben arbejder med. Klubben skal derfor gerne afspejle værdier, som den frivillige selv brænder for og kan stå inde for.

For mange frivillige er det vigtigt at have et billede af sig selv som en nyttig og aktiv bidragsyder. Det betyder meget at få skabt en identitet omkring rollen i klubben, og jo længere man er frivillig, desto mere betyder den relaterede identitet.

Det har stor betydning for mange frivilliges engagement, at de har indflydelse i klubben. De vil gerne dele ud af deres livserfaring, hvilket specielt gælder for de ældre frivillige. Anerkendelsen for arbejdet betyder også en del.

En stor del af de frivillige går ind i arbejdet med en social forventning om kammeratskab og samvær. Jo flere frivillige der er, jo stærkere bliver fundamentet i tennisklubben. De frivillige udgør en stor værdi i klubben, og det er altid værd at bruge energi på at pleje de frivillige. [Læs mere om indsatsen med frivillige på dgi.dk/foreningsledelse.](https://dgi.dk/foreningsledelse)





# PRO-AM FOR ALLE MEDLEMMER

Doubleturneringen, der samler klubbens medlemmer på tværs af niveau og alder

En 'professionel/amatør' turnering er god til at ryste medlemmerne sammen. Det kræver en frivillig til at få lavet et tilmeldingssystem, så medlemmerne kan blive samlet på anlægget.

## Planlægning og omkostninger

Det er helt op til klubben, hvor meget man vil gøre ud af det. I Gentofte Tennisklub har de haft succes med lave en PRO-AM doubleturnering til standerhejsning i starten af udendørssæsonen.

Arrangementet bliver markedsført på klubbens hjemmeside og på plakater på anlægget og i klubhuset. Her får klubbens medlemmer mulighed for at skrive sig på en tilmeldingsseddel med navn, alder og selv vurderet niveau.

Klubbens bedste turneringsspillere, både seniorer og de ældste juniorspillere, stiller sig til rådighed på dagen og agerer som 'de professionelle', mens klubbens øvrige medlemmer deltager som 'amatører'.

## Stævneformat

Turneringen bliver enten sammensat af en træner, et bestyrelsesmedlem eller en anden frivillig, som kender til de fleste af medlemmernes niveau. PRO spiller altid sammen med AM. Antallet af hold afhænger af antallet af baner til rådighed.

I Gentofte bliver alle seks baner brugt. På fire af banerne bliver der spillet med gul bold, på en bane med orange [Play & Stay-bolde](#), og en bane bliver omdannet til minitennisbaner, hvor der bliver spillet med skumbolde.

Der bliver spillet på tid, for eksempel ti minutter, og med tiebreak-tællesystem. Vinderholdet registrerer stillingen til sidst, og nye hold er på forhånd sat sammen til næste runde. Der bliver spillet med skiftende partnere og modstandere, så flere får prøvet at spille med hinanden.

Det er altid en god idé med en præmie til den/de, der har vundet flest kampe, og gerne en lille souvenir til alle der har deltaget. Da arrangementet i Gentofte bliver afholdt i forbindelse med standerhejsning, er der gratis forfriskninger og mad til alle fremmødte - også til dem der ikke selv spiller med.

## Anbefalinger

- Brug eventuelt onlinetilmelding og opkræv et delta-gebyr, der kan dække udgifter til forplejning eller finansiere en klubfest



## Læs om og se videoer

– fra 'Necker Cup': [www.neckercup.com](http://www.neckercup.com) for yderligere inspiration

# TILSKUERE OG STEMNING TIL HOLDKAMPE

Få succes med opbakning til klubbens hjemmebanekampe

Flere klubber har succes med at lave events i forbindelse med førsteholdets hjemmekampe, og det er blevet mødt med stor opbakning fra medlemmer og tennis-interesserede. Trørød Tennisklub, Sønderborg Tennisklub og Gentofte Tennisklub er blandt nogle af de klubber, der har gjort brug af denne mulighed.

## Anvend lokkemad

I Trørød Tennisklub har de haft succes med at samle klubbens medlemmer for at bakke op om klubbens hold. I samarbejde med klubbens sponsor, 'The Kitchen', som stillede en kok til rådighed, gav klubben tilskuerne mulighed for at købe lækre retter til 50 kr. Klubben sørgede selv for drikkevarer.

For at skabe hype omkring holdkampene var der boldbørn til kampene, som var klubbens egne juniorer. Der var desuden opstillet forskellige odds på kampene, så alle klubbens medlemmer kunne deltage på en eller anden måde i holdkampen.

Til det første arrangement var der 90 fremmødte, hvoraf 70 var tilmeldt spisning. Det skal ses i lyset af, at der var tale om kampe i serie 1, som lå en lørdag aften. [Læs mere her.](#)

## Styrk klubmiljøet

Fællesskab omkring kampe styrker sammenholdet i klubben på tværs af alder og niveau. På den baggrund har Gentofte Tennis-klub lavet events til Elitedivisionskampe på hjemmebane ved at tilbyde gratis frokost til alle medlemmer, der kom forbi.

Dette tiltag har ført til, at flere hilser på og kender hinanden i klubben. At blive genkendt, anerkendt og set i klubben betyder meget for et sundt miljø. Medlemmerne føler sig mere trygge og får lyst til at 'hænge ud' i klubben både før og efter tennis.

## Markedsføring af klubben

Sønderborg Tennisklub ønsker, at flest mulige tennisinteresserede støtter op om klubben ved at møde op til førsteholds-herrenes hjemmekampe. I timerne op til holdkampene bliver der for eksempel arrangeret et lille stævne eller andre aktiviteter med efterfølgende fællesspisning under holdkampen. Det kan være aktiviteter for alle lige fra børn til sponsorer.

Tiltag som disse kombineret med markedsføring i lokalområdet har skaffet Sønderborg Tennisklub mellem 50-150 tilskuere hver gang. Tilskuerne synes generelt, at det er en positiv oplevelse at se live tennis. [Læs mere her.](#)

## Tidsforbrug

For at få succes med at tiltrække tilskuere til for eksempel klubbens hjemmekampe kræver det, at der er afsat tid, ressourcer og frivillige kræfter til at markedsføre eventuelle events og

arrangementer. Markedsfør arrangementerne ved for eksempel at sætte plakater op i klubhuset, lave opslag på de sociale medier og indlæg i klubbens nyhedsbrev. Sørg for at koordinere, hvem der har ansvar for aktiviteter og forplejning.

Udnævn en koordinator for hele projektet, så ressourcerne og energien bliver brugt korrekt.

"Meget af det som sker omkring holdkampen for at tiltrække interesserede, er aktiviteter, som en klub alligevel ønsker at gennemføre. Dog skal der være en koordinator bag det hele, og på selve kampdagen én, som holder børnene "fastholdt" og aktiveret."

citat, 2015, Peder Helmuth Hansen, formand Sønderborg Tennisklub.

## Anbefalinger

- Tænk på tiltagene omkring holdkampe, som en mulighed for at skabe en fællesnævner i klubben, hvor medlemmer mødes og dyrker den fælles passion for tennis. Sammenhold er en af de væsentligste årsager til, at medlemmerne bliver i klubben.
- Har klubben både divisionshold for damer og herrer, kan man prøve at planlægge, at de spiller i forlængelse af hinanden.
- Planlæg eventuelt et større socialt arrangement efter en eller flere af holdkampene, for eksempel den årlige sommerfest, julefrokost eller lignende.



# FÆLLESSPISNING I TENNISKLUBBEN

## Sociale arrangementer for alle klubbens medlemmer

Flere klubber har haft succes med sociale arrangementer til at ryste klubbens medlemmer sammen, og blandt andet Ribe Tennis Klub har haft initiativerne på plads.

### ”Chili & Tennis” i Ribe Tennis Klub

Alle klubbens medlemmer var inviteret til fællesspisning. Arrangementet bød på en kombination af middag og doubleturnering, hvor parrene blev blandet på tværs af alder og niveau.

Enten er det en fra klubbens ledelse eller en hel familie, der melder sig som ”madhold”.

Alle kan i princippet byde ind og sende en invitation ud på mail eller markedsføre arrangementet via opslag i klubhuset, på klubbens hjemmeside eller [Facebook-side](#).

Det er en god idé, hvis navnet varierer fra gang til gang og understøtter aftenens tema. Kald for eksempel arrangementet ’Play & Stay 4 Pizza’, ’Winner Chicken Dinner’ eller andet, hvor det kun er fantasien, der sætter grænser. Afhold eventuelt arrangementet i anledning af fastelavn, halloween eller andre mærkedage.

Ribe Tennis Klub havde 16 deltagere til det første arrangement og 18 deltagere til det næste, hvoraf flere var nye. Medlemmernes tilknytning til hinanden og klubben er blevet styrket gennem arrangementerne.

### Tid og ressourceforbrug

Arrangementer som nævnt ovenfor kræver, at der bliver afsat tid og ressourcer til at udarbejde og udsende en invitation, til markedsføring på hjemmeside og Facebook og til indkøb og madlavning efter tilmeldingsfristen, hvilket sammenlagt vil tage et par timer.

Selve arrangementet med tennis og spisning varer omkring 3-4 timer afhængigt af antallet af deltagere.

Det kan med fordel være forskellige par eller familier, der står for arrangementet på skift. Her gælder det om at trække på de frivillige kræfter i klubben. Folk vil ofte gerne hjælpe til, når det gælder et konkret og godt formål.

Opkræv et deltagergebyr for hvert arrangement, der dækker udgifterne til indkøb. Prisen bør ligge på cirka 25 kr. per deltager. Klubben sørger for at booke baner.



### Anbefalinger

- De sociale arrangementer kan ligge på alle ugens dage også i weekenden for eksempel til frokost. Fredag er en god idé med tennis fra kl. 16.00 og efterfølgende spisning om aftenen.
- Arrangementerne kan med fordel være for både børn og voksne.
- Lav gerne flere lignende klubarrangementer. Når opgaven går på skift mellem frivillige, er det overkommeligt.

# FEM FIF TIL ET GODT ARRANGEMENT

## Gør temaaftenen i din klub til en succes

Her får du fem gode råd til at planlægge vellykkede events og aktiviteter for nye og nuværende medlemmer. Gør de fem råd til en fast del af aktivitetsplanlægningen. Så er der stor sandsynlighed for, at deltagerne får sig en god oplevelse.

**1) Giv arrangementet et tydeligt tema:** Deltagerne får via titlen en klar forventning om, hvad de kan forvente sig af arrangementet. En effektiv titel til et arrangement er kortfattet, relevant og overbevisende.

**2) Skab et positivt indtryk:** Sørg for eksempel for:

- God skiltning, hvis der kommer nye deltagere, som skal finde vej
- En varm velkomst, så alle føler sig godt tilpas og ved, hvad de skal
- God stemning – inviter for eksempel forskellige medlemsgrupper, så der er masser af liv
- Pynt klubhuset og gør det festligt i stil med temaet

**3) Vær opmærksom på negative indtryk:** Fjern negative indtryk, som kan forringe oplevelsen af arrangementet. Undgå for eksempel:

- Rod og snavs i og omkring klubhuset, gammel opvask, slidte møbler mv.
- Dårligt humør eller uoplagthed blandt tovholdere, så deltagerne ikke føler sig velkomne

**4) Aktivér alle fem sanser:** Forstærk oplevelsen med sansestimuli. Jo flere sanser, der bliver sat i spil, des mere effektiv og mindeværdig bliver oplevelsen. Det kan for eksempel være:

- Afspil hyggelig stemningsmusik, der passer til temaet og målgruppen
- Lav små gættekonkurrencer, lotteri, servemåler mv.
- Tilbyd mad og drikke. Hav kaffe på kanden, tænd op i grillen, hvis vejret tillader det, eller sørg for at kantinen er åben

**5) Husk souvenirs:** Giv deltagerne et fysisk minde om dagen. Her er det tanken, der tæller, så klubben står forrest i hukommelsen, når gaven bliver brugt. Det kan for eksempel være:

- En t-shirt med klubprint, et svedbånd eller anden beklædningsgenstand
- Drikkedunk, nøglering eller en goodiebag fra sponsorer
- Godtepose til børnene
- En softball til børnene, som de kan spille med hjemme på vejen eller op ad carporten (kilde)

Undervurder heller ikke værdien af at have en positiv overraskelse til deltagerne.



# KLUBMILJØ FOR ALLE

## Sæt fokus på det sociale miljø

Økonomiske interesser, præstationspres og ændrede holdninger til medlemskab og fællesskab i en tennisklub sætter værdier som fair konkurrence, demokrati, frivillighed og medansvar under pres. Derfor er det vigtigt at gøre en indsats for at værne om klubbens sociale liv.

Det handler om at få skabt et rart værested for medlemmerne med fællesskabet i centrum. Med andre ord, et klubmiljø, hvor der er god stemning og atmosfære, så medlemmerne får lyst til at bruge tid i klubben både før, under og efter tennisspillet.

- [DIF har samlet et hæfte til alle foreninger, der ønsker at få sat en debat i gang om værdigrundlag og klubkultur.](#) Det er en god start på vejen mod drømmescenariet

### Et sundt klubmiljø for ældre

Der er mange gode grunde til at beskæftige sig med ældreidræt. Den demografiske udvikling i de kommende årtier medfører en markant stigning i antallet af ældre i Danmark. Samtidig er det bevist, at idræts- og aktivitets-tilbud påvirker ældres livskvalitet og sociale netværk positivt.

- [DIF har samlet materiale, der har til formål at hjælpe med at få flere ældre over 60 år til at motionere i idrætsforeningerne.](#)
- [Greve Tennisklub har over en årrække haft stor succes med at få etableret en stor medlemsgruppe af seniorer 60+.](#)
- [Det er altid muligt, at starte et Voksenintroduktionshold målrettet 60+ i din tennisklub.](#)

### Trænerne som katalysator for en god klubånd

Trænere, der har et godt blik for det sociale og lyst til at spille aktivt med i klublivet, kan være med til at skabe et stærkt klubmiljø. For nogle medlemmer er træneren den eneste repræsentant for klubben, som de møder. Her står træneren som indbegrebet af klubben.

- I Aalborg Tennisklub søger de trænere med blik for det sociale, der kan gå forrest med de gode værdier. [Læs mere i artiklen fra dgi.dk om Aalborg Tennisklubs tilgang her.](#)

- [DIF har sammensat et hæfte, der sætter fokus på trænerens mange arbejdsfelter og rolle som henholdsvis træningsekspert, leder og formidler.](#)







# 5. KONKRETE VÆRKTØJER TIL FASTHOLDELSE

Der er mange knapper i cockpittet, som fører til bedre integration og fastholdelse

Når nye medlemmer starter i tennisklubben, kan man forvente, at de vil:

- føle sig velinformeret ved indmeldelse
- værdsætte simpel og overskuelig adgang til booking, tilmelding og betaling
- have hurtige succesoplevelser med sit tennisspil
- forvente tidssvarende fysiske rammer, som de kan føle sig hjemme i
- søge efter ligesindede, som de kan spille og hygge sig med
- være parate til at deltage i målrettede aktiviteter for deres niveau
- blive faste medlemmer og positive ambassadører, hvis ovenstående kriterier bliver imødekommet

Dette kapitel fokuserer på effektive værktøjer til fastholdelse af medlemmer. Omdrejningspunktet er god kommunikation, et højt serviceniveau og tidssvarende fysiske faciliteter.

Find blandt andet svar på, hvilke typer medlemskaber tennis-klubber rundt om i landet tilbyder, hvilke betalingsløsninger der fungerer bedst, og hvordan du kan optimere klubbens kommunikation både online og offline.

Bliv klogere på, hvordan der kan skabes bedre rammer for selv-spil og hyggelige stunder hele året rundt, og hvordan klubben kan arbejde med medlemstilfredshed og -loyalitet.





# ANVENDELSE AF TILFREDSHEDSUNDERSØGELSER

Medlemsundersøgelsen giver vigtig indsigt og viden om tennisklubben

Spørgeskemaer til klubbens medlemmer gør det nemmere både at rekruttere og fastholde medlemmer. Her bliver medlemmernes ønsker, behov og præferencer sat i centrum, og der bliver skabt et konkret vidensgrundlag at træffe beslutninger ud fra.

Hareskov-Værløse Tennisklub gjorde brug af hjemmesiden ["SurveyMonkey"](#) til at oprette en medlemsundersøgelse samt indhente og sortere data. Spørgeskemaet blev distribueret gennem klubbens eget mailsystem, link på Facebook og klubbens hjemmeside.

Der blev spurgt ind til syv overordnede emner: Træning, turnering, priser, faciliteter, kommunikation, kultur og sociale aktiviteter.

Som udgangspunkt blev der nedsat en gruppe med frivillige og ansatte til at udforme spørgeskemaet. Efter indsamlingen blev dataene behandlet, og der blev afholdt en workshop, hvor frivillige og ansatte fra klubben drøftede resultaterne.

Det videre arbejde foregik i bestyrelsen, hvor anbefalinger og idéer fra spørgeskemaet og workshoppen blev prioriteret.

Sidenhen blev både frivillige og ansatte inddraget i processen med implementeringen, der ville foregå over en langsigtet tidshorisont på cirka to år.

## 6 GODE RÅD TIL FORMULERINGEN AF SPØRGSMÅL

Jo skarpere spørgeskemaet er formuleret, des større bliver svarenes anvendelighed. Få derfor gerne feedback fra andre på forhånd eller lav en pilottest med en mindre gruppe respondenter.

**1** Hvis man på forhånd har en forventning om, at medlemmerne overordnet er tilfredse under alle punkter, kan man stille flere uddybende spørgsmål, som for eksempel: "Hvis vi begyndte at udbyde xxx, hvad ville du så synes...".

**2** Stil enkle spørgsmål. Spørgsmålene i et spørgeskema skal være ligetil at forstå. Undgå indviklede formuleringer og indforstået sprogbrug.

**3** Spørg om én ting ad gangen. Det enkelte spørgsmål skal ikke spørge ind til flere forskellige emner. Pas på med ord som 'og' samt 'eller'.

**4** Stil neutrale spørgsmål. Spørgsmålsformuleringer skal ikke lægge op til, at den, der svarer på spørgeskemaet, svarer i en bestemt retning.

**5** Stil genkaldelige spørgsmål. Undgå at stille for store krav til, hvor meget respondenterne skal kunne huske, og hvor langt tilbage de skal kunne huske.

**6** Overvej ordvalget. Brug aldrig tvetydige udtryk, der kan forstås forskelligt.

## 4 GODE RÅD OM SVARSKALAER

En mangelfuld svarskala kan være med til at forvirre respondenterne og påvirke de svar, du får.

Tag derfor højde for disse fire råd:

**1** Svarksalaen skal give mening i forhold til den måde, spørgsmålet er formuleret på. Hvis spørgsmålet for eksempel begynder med 'Hvilken betydning ...', skal svarksalaen referere til 'betydning'. Det vil sige, at svarksalaen skal formuleres med mulige svar som: 'stor betydning, mindre betydning' etc., og ikke for eksempel 'i høj grad, i mindre grad' etc.

**2** Undgå så vidt muligt midterkategorier - medmindre det er meningsfuldt i forhold til spørgsmålet. Kategorier som 'Hverken/eller' samt 'Neutral' er ofte ikke særligt brugbare. Midterkategorier kan dog være nødvendige, hvis det er emner, man ikke kan forvente, at deltagerne har en holdning til eller viden om. Midterkategorier kan også være meningsfulde, hvis man spørger til, om en respondent ønsker en ændring. Her er det nødvendigt, at have en midterkategori, der angiver 'ingen ændring'.

**3** Svarksalaen skal være afbalanceret. Hvis din svarskala går fra negativ til positiv, skal du have lige så mange negative svarmuligheder som positive på din skala.

**4** Alle tænkelige muligheder for svar på spørgsmålet skal være med i svarksalaen.

### Processen efter dataindsamling og analyse

I det videre arbejde skal klubben blandt andet prioritere, hvordan nye medlemmer fastholdes. Der sker hvert år en naturlig afgang i enhver tennisklub på grund af skader, manglende makker, familieforgøelse, tidspres i hverdagen og andet.

Det kan for eksempel være et overordnet mål at tilbyde en tennisklub, der kan rumme sine medlemmer på trods af dette, for eksempel ved hjælp af flere ad-hoc arrangementer, tennis på midibaner, tennisfitness og flere uforpligtende aktiviteter.

Hvis man allerede på forhånd har en forventning om, at medlemmerne generelt er tilfredse under de fleste punkter, så kan man med stille flere uddybende spørgsmål i retning af "Hvis vi begyndte at udbyde/lave om på xxx, hvad ville du så synes...".

### Fordelene er mange

Det er væsentligt at opnå en god forståelse for, hvor tilfredse medlemmerne er med klubbens tilbud og drift.

Klubbens ledelse kan blive klogere på, hvad der skal laves mere af og på hvilke områder, der skal sættes ind for at forbedre klubben.

Samtidig sender det et godt signal, at klubben interesserer sig for medlemmernes mening.

"Klubben fik indblik i medlemmernes opfattelse af faciliteter, udbud af aktiviteter, træning, kulturen i foreningen og meget andet.

Det var bl.a. iøjnefaldende, at 95% af klubbens medlemmer gerne ville modtage informationer via mail."

cit. 2015, Karina Ildor Jacobsgaard, tidl. klubmanager i Hareskov-Værløse Tennisklub





## MAKKERBØRS

### Hjælp nye medlemmer med at finde en makker

Når man starter i en tennisklub, har man brug for en makker at spille med og gerne flere. Det er anderledes i forhold til for eksempel et fitnesscenter, hvor det hverken er nødvendigt eller forventes, at man deltager i det sociale liv eller har særlige færdigheder.

Hvis man ikke på forhånd har en tennismakker, kan det være svært dels at finde en og dels at blive integreret i klublivet. I IDAN's tennisundersøgelse pegede flere respondenter på, at det er vigtigt, at tennisklubberne yder en aktiv indsats for at sætte folk sammen.

Dette kan for eksempel ske via en makkerbørs, der enten hænger som et opslag i klubhuset, ligger på klubbens hjemmeside eller i en lukket Facebookgruppe. Her er nogle udvalgte kommentarer med forslag fra IDAN's undersøgelse:

"Makker-Match-service hvorved jeg kan finde spillemakkere med samme niveau som mig til de tilfælde, hvor min faste makker ikke kan spille... Gerne webbaseret."

"En mulighed for at matche singler (IKKE dating!), men for at få en træningspartner på samme niveau som en selv."

Som IDAN's rapport påviste, så er manglen på en makker den hyppigste årsag til frafald blandt tennisspillerne i undersøgelsen. Netop derfor er det meget centralt, at det bliver så let som muligt for klubbens medlemmer at finde andre spillere på eget niveau.

Klubben har mulighed for at formidle kontakten mellem spillerne via Facebook, som generelt er i vækst, og når ud til et bredt segment af befolkningen. Der kan således være god grund til at supplere øvrige tilbud med et online klubnetværk, som bliver promoveret aktivt i og af klubben.

#### Makkerbørsen i praksis

I de klubber, som allerede anvender en makkerbørs, fungerer det typisk sådan, at man som medlem skriver sig på en liste, sender en mail med info eller udfylder en formular online, alt afhængigt af klubbens mulighed for at administrere makkerbørsen.

#### Man opgiver følgende info:

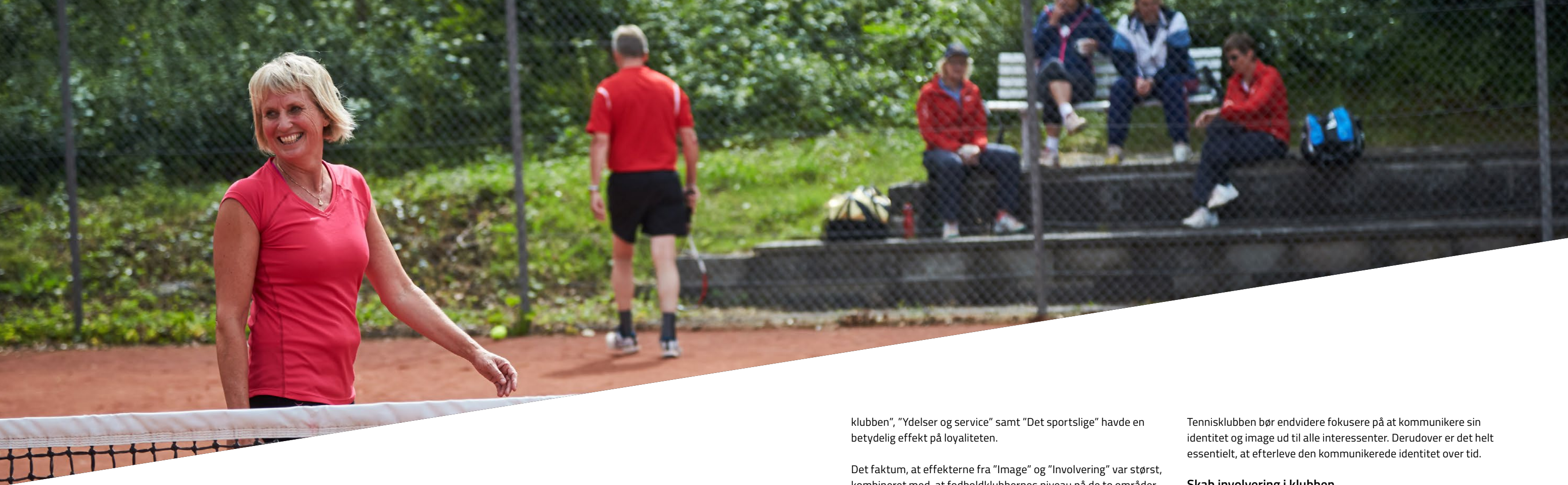
- Navn
- Alder
- Niveau: Nybegynder, let-øvet eller øvet
- Antal år spillet
- Dage / tidspunkter, der typisk kan spilles
- Kontaktoplysninger

I forbindelse med IDAN's undersøgelse blev to klubber, som havde erfaring med en makkerbørs, spurgt om deres erfaringer. Her var der konkrete eksempler på, at makkerbørsen fungerer som et godt redskab til at skaffe nye medlemmer en makker at spille med.

Brugen af makkerbørsen havde været begrænset begge steder, men der var samtidig ikke gjort noget særligt for at promovere den fra klubbens side, og det var derfor svært at afgøre det samlede potentiale. Der blev givet udtryk for, at det er vigtigt at have en makkerbørs til medlemmer, der ikke møder op til de [sociale arrangementer](#).

Ofte vil det være trænerne, der sideløbende med klubbens egen promovring, skal påtage sig en aktiv rolle i at markedsføre makkerbørsen.





# LOYALITETSPROGRAM OG MEDLEMSFORDELE

Skab fordele, som fastholder medlemmerne

Tennisklubben kan med fordel fokusere på at skabe loyale medlemmer, da nye medlemmer kan være både dyre og svære at rekruttere. Loyalitet kræver blandt andet, at medlemmet opnår reelle fordele ved at være medlem af netop tennisklubben frem for andre fritidstilbud.

Mange virksomheder anvender i dag loyalitetsprogrammer til at sætte kunden i fokus og derigennem sikre sig loyalitet og genkøb. Loyalitetsprogrammerne giver virksomhederne mulighed for at præge kundefærdigheden og oplevelsen. Et loyalitetsprogram kan favne bredt og for eksempel dække over gavekort og bonusordninger. Det er muligt at overføre nogle af disse elementer til tennisklubben:

**Medlemsprogram med flere fordele**  
Et medlemsprogram kan indebære rabatter hos nogle af klubbens sponsorer eller samarbejdspartnere mod fremvisning af gyldigt medlemsskab. Denne model bliver blandt andet brugt af Fitness World, der tilbyder sine medlemmer rabat på for eksempel udvalgte spisesteder og i udvalgte sportsbutikker.

**Prisfordelsprogram anerkender loyalitet**  
Et prisfordelsprogram giver en prisfordel, når medlemmet fornyer sin medlemskab. En medlemskabsfornyelse kan for eksempel

udløse et gavekort, tennisudstyr, gratis træning eller andet, når man har været medlem i fem år, ti år eller lignende.

**Klubdragt skaber samhørighed**  
Klubben kan tilbyde en klubdragt med klubbens logo og eventuelt sponsorlogoer til en god pris. En klubdragt er med til at skabe en fælles identitet, som giver sammenhold og samhørighed både i klubben og til aktiviteter i andre klubber. Klubben kan også tilbyde medlemsfordele og gode priser på for eksempel bolde og ketsjere.

**Styrk loyalitetsfølelsen i foreningen**  
En kandidatafhandling fra CBS i 2012 undersøgte, hvad der skaber loyalitet blandt medlemmerne i danske idrætsforeninger. Undersøgelsen blev foretaget i samarbejde med DBU og danske fodboldklubber, men resultaterne kan også anvendes inden for tennis.

Resultaterne viste, at "De fysiske faciliteter", "Geografisk placering", "Perifere ydelser" samt "Socialt miljø på hold" ikke havde væsentlig effekt på loyalitetsskabelsen i fodboldklubberne.

Til gengæld viste især "Image" og "Involvering" sig at være de stærkeste drivere for loyaliteten, men også "Socialt miljø i

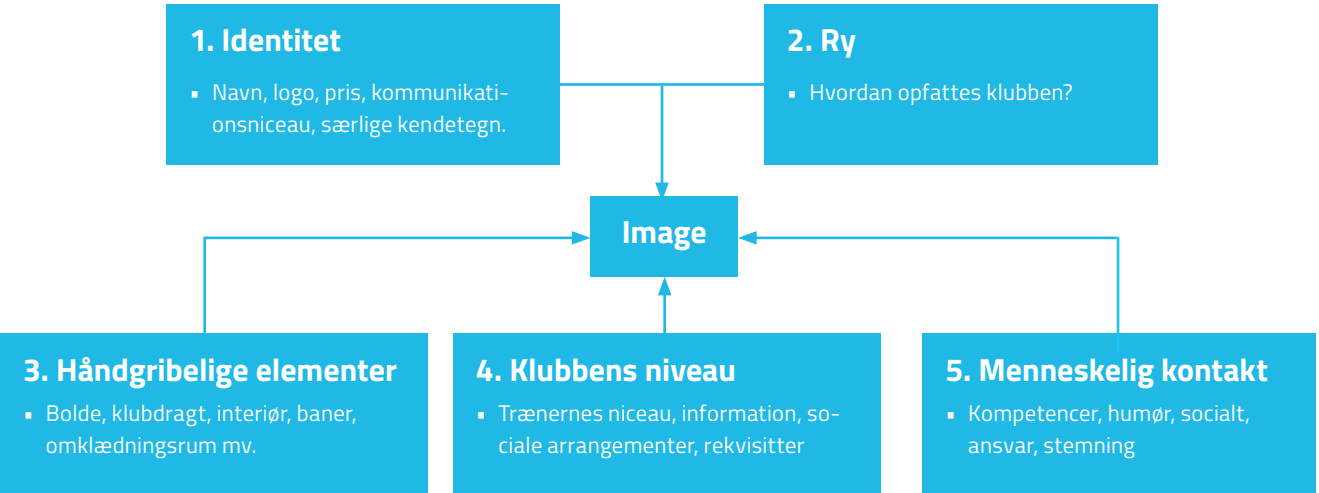
klubben", "Ydelser og service" samt "Det sportslige" havde en betydelig effekt på loyaliteten.

Det faktum, at effekterne fra "Image" og "Involvering" var størst, kombineret med, at fodboldklubbens niveau på de to områder også blev bedømt ringere end på de øvrige områder, gjorde disse to indsatsområder interessante med henblik på at styrke loyalitetsfølelsen blandt medlemmerne.

**Arbejdet med klubbens image**  
Indledningsvis skal klubbens identitet afklares. Er klubben eksempelvis en social forening, en forening med fokus på elite, en forening med ansvar for integration i nærområdet eller en forening, der kan rumme mange målgrupper?

Hernæst bør man gennemgå de fem faktorer vist i nedenstående figur, som påvirker foreningens image: Identitet, ry, håndgribelige elementer, klubbens niveau og menneskelig kontakt.

Figuren kan anvendes til at identificere faktorerens bidrag til foreningens image, og hvor der er behov for at sætte ind, hvis der ønskes ændringer i klubbens image.



Tennisklubben bør endvidere fokusere på at kommunikere sin identitet og image ud til alle interessenter. Derudover er det helt essentielt, at efterleve den kommunikerede identitet over tid.

**Skab involvering i klubben**  
For at øge involveringen blandt medlemmerne er det centralt, at medlemmet føler værdi ved at involvere sig. For at motivere medlemmet til at gøre en frivillig indsats i klubben, må klubben have tillid til medlemmet og afgive en grad af kontrol.

Det er vigtigt at skabe en social relation til den frivillige, ligesom det er afgørende, at der bliver afsat ressourcer til arbejdet både i form af tid og økonomi. Det er væsentligt, at involveringen foregår i en god atmosfære, og at arbejdet med involveringen er kontinuerlig og langsigtet.

At arbejde med loyalitet er en strategisk beslutning og tager tid at implementere, hvis det skal være en succes!





# PBS - BETALINGSLØSNING

## Begræns medlemsflowet ud af tennisklubben

Mange tennisklubber overvejer, at gå over til PBS-betalinger for medlemmerne og flere tennisklubber har allerede taget springet til en PBS-løsning.

Uden en PBS-løsning skal medlemmerne efter hver sæson aktivt tage stilling til, om de vil melde sig ind i klubben igen. På den måde er de faktisk ude af klubben, indtil de får betalt for et nyt medlemskab. Med en PBS-løsning føler medlemmet sig aldrig ude af klubben, før han eller hun rent faktisk melder sig ud.

Exit-undersøgelser blandt tidligere medlemmer viser, at nogle medlemmer faktisk ikke er klar over, at de ikke har betalt for medlemskab igen og derfor spiller ubevidst som gratister. Andre føler ikke, at de har haft tid til at tage stilling til sit medlemskab, men de vil egentlig stadig gerne spille. For disse medlemmer er tennis desværre røget i glemmebogen.

Med en PBS-løsning bliver betalingen for medlemsskabet trukket direkte fra medlemmernes konti, uden at de aktivt behøver at tage stilling til deres medlemskab. Resultatet er ganske enkelt færre gratister og færre glemmebøger.

### Få en mere stabil økonomistyring

Især fitness-branchen har høstet stor gevinst ved at benytte sig af PBS, der af mange bliver betragtet som den helt store redningskrans for branchen. Efter indførslen af PBS i 1995 oplevede fitness-branchen et nyt boom i antallet af centre og nye medlemmer.

Fra jævnligt at skulle opkræve betaling fra hvert eneste medlem, kunne betalingen nu foregå som en automatisk pengeoverførsel, og økonomistyringen af udgifter og indtægter blev mere stabil. Det blev muligt at budgettere mere præcist og basere fremtidige investeringer på langt mere sikre driftsindtægter.

På få år ændrede PBS budgetterne fra decideret gætteri til reelle styringsmodeller. De mere stabile betalinger fra kunderne betød også en større lånevillighed fra bankerne. Hermed var fundamentet skabt for rentable fitness-forretninger.

### PBS-løsningen er simpel i praksis

En lang række IT-leverandører til idrætsforeninger tilbyder PBS-løsninger sideløbende med platforme til for eksempel ba-

nebooking, økonomistyring og hjemmeside. Du kan [kontakte din lokale tenniskonsulent](#) for råd og vejledning.

Billund Tennisklub, Roskilde Tennis Klub og AGF Tennis er blandt de klubber, der med succes har implementeret en PBS-løsning. Arbejdet er blevet lettere for kasseren, og det kræver blot en høflig mail sidst i april, hvor medlemmet bliver gjort opmærksom på, at der bliver trukket penge til medlemskab på kontoen. I Billund Tennisklub har de valgt en portal med medlemsadministration, hjemmeside og booking, der giver mulighed for at nye kan sige ja til et automatisk træk første gang de opretter en profil.

”Når du opretter en profil på vores hjemmeside, bliver du også spurgt om du vil trækkes automatisk i kontingent til næste år. Hvis man sætter det kryds, får du en mail næste år. Du kan også lade være med at sætte krydset.”

2018, Folmer Mikkelsen, formand for Billund Tennisklub

En undersøgelse af IDAN blandt fitnesskunder viste ikke overraskende, at PBS-løsningerne er de mest populære set i forhold til kontantbetaling, girokort eller klippekort.

### Følgende administrationssystemer tilbyder aktuelt mulighed for automatisk kontingentbetaling:

Klubmodul  
Conventus  
Athliit  
Globus Data  
Memberlink

[Læs mere om Billund Tennisklubs anvendelse af PBS](#)

[Se videoen om nemt kontingent og PBS](#)



# MEDLEMSSKABSTYPER

## Nå ud til flere med forskellige priser

Ved at variere prisen på kontingentet og træningstilbuddene kan tennisklubben imødekomme flere målgruppers behov. For nogle medlemmer kan prisen for eksempel være meget afgørende, mens den betyder knap så meget for andre.

Det er derfor værd at overveje, om kontingentet skal variere alt efter medlemstype. Børn, studerende, pensionister og andre betaler ofte mindre for billetter til for eksempel transport og begivenheder, men sådan en prisdifferentiering kræver også kontrol. Man skal kun differentiere, hvis man tydeligt kan skelne mellem medlemsgrupperne.

Tennisklubben kan også prisdifferentiere ved at gøre banetimer eller kontingent billigere på de tider af døgnet, hvor belægnin-

gen er lav. På den måde sikrer klubben desuden en bedre udnyttelse af ressourcer og banekapacitet.

Det er væsentligt, at priser og kontingenttyper er til at overskue. Informationen skal fremgå klart og præcist på for eksempel klubbens hjemmeside, og det skal være tydeligt, hvad den enkelte kontingenttype indebærer og koster.

Nedenstående ser du eksempler på medlemskabstyper i alfabetisk rækkefølge:



### FAMILIEMEDLEMSKAB

Flere klubber anvender denne form for medlemskab men på forskellig vis. Det er en god måde at få aktiveret flere medlemmer på, hvis enten børnene eller forældrene spiller tennis i forvejen. Det er også et godt tilbud kombineret med [Familietennis-træning](#)

Prisen kan for eksempel være en fast pris for hele husstanden, der gælder for forældre og alle børn under 18 år. Rabatten skal naturligvis være mærkbar men samtidig give mening i forhold til øvrige medlemspriser og klubbens generelle økonomi.

En anden metode kan være, at de to ældste i husstanden betaler fuldt kontingent, hvorefter nr. 3 får 50% rabat, og øvrige ligeledes får en rabat per person.

En anden løsningsmodel er en slags forældre-barn-rabat kombineret med minimum en voksen og minimum et barn, hvor der bliver givet en rabat for hver person i forhold til klubbens normale takster.

Rabatten kan for eksempel blive refunderet ved henvendelse til klubben, når alle er meldt ind.

### FORMIDDAGSMEDLEMSKAB

Her tilbyder tennisklubben en god rabat på medlemskab, hvor der kun kan bookes baner indtil kl. 12 eller eventuelt frem til kl. 14. Formiddagsmedlemmet kan med fordel stadig deltage i klubbens øvrige aktiviteter og arrangementer for at opnå en positiv social effekt.

### FÆLLESKONTINGENT FOR FLERE KLUBBER

Mange klubber overvejer muligheden for at give medlemmer fra andre nærliggende klubber adgang til at spille på klubbens eget anlæg og omvendt. Dette skaber et større udvalg af mulige tennismakkere og en større social tilknytning til det lokale tennismiljø.

Et samarbejde på dette område kræver dog en del koordinering og kontrol, men flere bookingsystemer er ved at få koblet denne løsning på, så medlemmer fra klub A også kan booke baner i klub B, hvis der er betalt "fælleskontingent".

### GRATIS MEDLEMSKAB

Gratis medlemskab kan for eksempel være en gave til æresmedlemmer, årets ildsjæl, yngste barn i forbindelse med en rabat på familiemedlemskab eller fungere som præmie i en klubkonkurrence op til sæsonstart.

### HELÅRSKONTINGENT

Mange tennisklubber med direkte adgang til en tennishal kører med et favorabelt helårskontingent, så de trofaste medlemmer, der både er aktive udendørs og indendørs, bliver belønnet for deres loyalitet.

Denne løsning kan også med fordel anvendes i klubber uden direkte adgang til en tennishal. Her kan klubben i stedet garantere x antal aktiviteter hen over vinteren. Formålet er at sikre, at medlemmet føler en tilknytning til klubben og har en oplevelse af at være medlem fremfor spiller. Prisen for helårskontingentet bør ikke være meget højere end prisen for et almindeligt kontingent.

### HÆMMEDE

Flere klubber gør en aktiv indsats for at tilbyde gode tennisoplevelser til blandt andet høre- og bevægelseshæmmede, der ellers kan have svært ved at begå sig i sportens verden. Det gøres ikke nødvendigvis i form af et billigere kontingent men snarere i form af et tæt samarbejde med kommunen. Det giver anledning til en opgradering af klubbens faciliteter med egnet parkering og rampe til kørestole og afholdelse af målrettede aktiviteter.

### JUNIORMEDLEMSKAB

Prisen for et juniormedlemskab svinger fra klub til klub og kan også variere i den enkelte klub, hvor de yngste børn ofte får et meget billigt medlemskab, mens de ældre børn betaler lidt mere. I mindre klubber svinger prisen på et kontingent typisk mellem 200-600 kr. I større klubber ligger prisen for et kontingent på 500-2.000 kr.

For de klubber, der har adgang til indendørs tennisbaner, er det også en mulighed at opkræve kontingent for brug af disse faciliteter, hvis ikke medlemmet allerede betaler for et helårskontingent. Prisen for et indendørskontingent er typisk en anelse dyrere end et udendørs.

### LIVSVARIGT MEDLEMSKAB

Overvej om det kan betale sig at tilbyde et livslangt medlemskab til de mest loyale medlemmer. Klubben kan tilbyde denne kontingenttype til en pris, der for eksempel svarer til cirka 15 helårsmedlemskaber for seniorer og 22 helårsmedlemskaber for juniorer.

### MULTI-IDRÆTSKONTINGENT

Det kan være en god idé at alliere sig med andre idrætter i lokalområdet, så medlemmer opnår en samlet rabat ved at

være medlem af flere foreninger. Det kan for eksempel udløse en rabat, hvis man er medlem af både badminton- og tennisklubben, eller medlemmer af tennisklubben kan få adgang til det lokale fitnesscenter – og omvendt. Denne model er ikke kun en fordel for medlemmerne men også for de enkelte idrætter.

### MÅNEDSBASERET KONTINGENTSATS

En del klubber varierer deres kontingentsats afhængigt af, hvilken måned man melder sig ind. I de to første udendørs måneder skal medlemmerne for eksempel betale fuld pris, hvorefter prisen falder i takt med, at sæsonen skrider frem. Denne løsning kan indføres både ved køb af helårs- eller halvårskontingent.

### PASSIVT MEDLEMSKAB

Et passivt medlemskab er en mulighed for medlemmer, som måske har pådraget sig en skade eller på anden vis er interesseret i at modtage information om tilbud fra klubben. Som passivt medlem kan man stadig deltage i klubbens ikke-tennisrelaterede arrangementer.

### PENSIONISTRABAT

Klubben tilbyder en rabat på normalprisen til pensionister. Medlemmer med

pensionistrabat har stadig nøjagtig de samme rettigheder, som klubbens øvrige medlemmer.

### PERIODISERET MEDLEMSKAB

Klubben kan tilbyde en kort medlemsperiode på for eksempel tre måneder eller et halvt år, hvis klubben både tilbyder en udendørs- og indendørssæson. Medlemmet vil typisk have samme rettigheder som ved et fuldt medlemskab. Denne type medlemskab er en fordel for eksempel nye spillere, som gerne vil afprøve tennis, eller medlemmer som kun er bosat i området i en kort periode.

### PRØVEMEDLEMSKAB

Et prøvemedlemskab kan sammenlignes eller kombineres med [Voksenintroduktion](#). Tilbyd for eksempel én måneds prøvemedlemskab med fuld bookingret gerne kombineret med minimum seks timers prøvetræning. Et prøvemedlemskab giver også mulighed for at deltage i sociale arrangementer. Efter prøveperioden kan klubben tilbyde modregning af prisen for prøvemedlemskabet, hvis medlemmet vælger at melde sig ind for resten af sæsonen.



## SENIORMEDLEMSKAB

Prisen for et seniormedlemskab svinger fra klub til klub og kan også variere i den enkelte klub, hvor der blandt andet kan være rabat til ungseniører, studerende eller pensionister. I mindre klubber svinger prisen på et seniormedlemskab for en udendørssæson typisk mellem 500-1.000 kr., hvorimod større klubber ofte opkræver mellem 700-1.600 kr. for en udendørssæson.

For de klubber, der har adgang til indendørs tennisbaner, er det også en mulighed at opkræve kontingent for brug af disse faciliteter, hvis ikke medlemmet allerede betaler for et helårskontingent. Prisen for et indendørskontingent er typisk en anelse dyrere end et udendørs.

## SOMMER- OG FERIEMEDLEMSKAB

Tennisklubber, der ligger i et område med sommerhuse og mange turister, kan for eksempel tilbyde en rabat på et tre-måneders medlemskab fra juni til og med august. I nogle klubber kan det være svært at få belægning på banerne i ferierne, og denne medlemskabsmodel kan være med til at skabe mere aktivitet.

## STUDIERABAT

Klubben tilbyder en rabat på normalprisen til studerende. Medlemmer med studierabat har nøjagtig de samme rettigheder som klubbens øvrige medlemmer. Et billigt studentermedlemskab, hvor der for eksempel kun kan bookes baner uden for prime time og med mulighed for hyggeaftener med musik på banerne, er også en mulighed.

## UNGSENIORMEDLEMSKAB

Et ungseniormedlemskab henvender sig til omtrent samme målgruppe som en studierabat. For ungseniører er det dog ikke nødvendigt at fremvise et gyldigt studiekort. Et ungseniormedlemskab for aldersgruppen 18-25 år - eller helt op til 30 år - fås med en god rabat i forhold til normalprisen for voksne.

## VIRKSOMHEDSKONTINGENT – FIRMAMEDLEMSKAB

Et firmamedlemskab kan være en rigtig god idé til virksomheder, som gerne vil forkæle sine medarbejdere. Flere klubber tilbyder en ordning, hvor virksomheden køber sig til et givent antal medlemslogi, som kan bruges uden begrænsning og med den fordel, at de fleksibelt kan benyttes af alle i virksomheden. Prisen for denne ordning er væsentligt dyrere end det samme antal seniormedlemskaber.

Et virksomhedskontingent kan eventuelt også inkludere andre fordele såsom mulighed for at spille med andre medlemmer i klubben, at deltage i klubbens sociale arrangementer, stævner, lukket firmatræning, faste banetimer eller Voksenintroduktionsforløb kun for firmaets medarbejdere.

## WEEKENDMEDLEMSKAB

Et weekendmedlemskab fungerer på samme måde som et formiddagsmedlemskab. Det vil sige, at man kan blive medlem i klubben til en fordelagtig pris, hvis man udelukkende ønsker at booke baner og spille i weekenderne. Weekendmedlemmet kan med fordel deltage i klubbens øvrige arrangementer for at opnå en positiv social effekt.

## ÆRESMEDLEM

Et æresmedlemskab bliver primært foræret til personer, der har gjort en særlig stor indsats for klubben. Udnævnelsen til æresmedlem sker på baggrund af en specificeret indstilling. Et æresmedlemskab inkluderer gerne et livslangt medlemskab – kvit og frit.

## Øvrige betalingsløsninger

- **Førsteårs-rabat for nye medlemmer.** Flere klubber tilbyder halv pris for nye medlemmer det første år, men det er kun fantasien der sætter grænser for, hvilke rabatter man kan tilbyde nye medlemmer det første år. Vær dog varsom med, at gøre prisforskellen mellem første år og andet år alt for stor.
- **Introduktionstilbud** kan udformes på mange måder, men det er en god idé at tilbyde **Voksenintroduktion**. Med Voksenintroduktion får nye spillere en uforpligtende og god modtagelse i klubben og en effektiv introduktion til tennis – Se mere her. Voksenintroduktion kan for eksempel også skræddersys til seniorer 60+, hvor DGI/DTF også tilbyder materiale til klubbrug.
- **Klippekort** er ikke så populært længere, da det kan være besværligt at anvende i praksis. Mange steder kan det bedre betale sig for spillerne at blive medlemmer for 10 x tennisspil i stedet for at købe et klippekort.
- **Pay & Play-løsninger** er meget anvendt og er med til at give nye spillere interesse for tennis, lyst til at prøve træningshold eller klubarrangementer. Fastsæt en pris for Pay & Play, så det på længere sigt bedre kan betale sig at melde sig ind i klubben.
- **PBS-betaling** er som nævnt på **side 57** et effektivt redskab til at fastholde medlemmer, da betalingen sker automatisk, og medlemmet derfor ikke aktivt skal tage stilling til sit medlemskab igen og igen. En månedsbaseret PBS-løsning er svær at administrere, og derfor er mindst tre måneders binding at foretrække. Det giver også bedre tid til at integrere nye medlemmer i klubben.
- **Træningstimer** kan indgå som en del af kontingentet, men man skal som udgangspunkt ikke være bekymret for at opkræve betaling for ekstra ydelser. Pris og kvalitet hænger ofte sammen, og flere penge i klubkassen skaber mulighed for yderligere udvikling og bedre service til fordel for medlemmerne.





# FACILITETER, DER SKABER GODE RAMMER

## Husk alt det omkring aktiviteterne

Faciliteter spiller en vigtig rolle i forhold til det indtryk og den oplevelse medlemmerne får, når de opholder sig i klubben. Grundlæggende handler det om, at tennisklubben skal være et rart sted at være, hvor medlemmerne har lyst til at bruge tid både før og efter tennis. Gode faciliteter kan forbedre totaloplevelsen og øger derved sandsynligheden for, at medlemmerne bliver i klubben.

Da facilitetsområdet er omfattende og af stor betydning, indeholder dette afsnit en række links til mere information og guides, som kan hjælpe klubben sikkert videre. Materialet indeholder nyttig viden om alt fra byggeri af en tennishal eller padelbaner til anlæg af kunstgræsbaner og lysanlæg.

### Skab faciliteter, der matcher nutid og fremtid

Det er altid en god idé at have tidssvarende og moderne faciliteter. De fleste medlemmer synes, at det er rart at kunne føle sig hjemme og spejle sig i de omgivelser, som de færdes i. Trænger klubhuset, omklædningen eller måske tennisbanerne til en kærlig hånd, så er det ved at være tid til at tænke nyt.

Nogle gange er det fornuftigt at tænke nyt om det gamle. Det er ikke altid, at nybyggeri er løsningen, når faciliteterne er blevet for små eller gamle. Bedre udnyttelse af de ældre bygninger eller ombygning med bæredygtige materialer er også gode muligheder.

- [DGI giver her seks anbefalinger til, hvordan gamle faciliteter kan opgraderes eller ombygges på en smart og miljøvenlig måde.](#)

- [Overvejer din tennisklub at bygge nye idrætsfaciliteter, er der råd at hente hos DGI, når hele processen skal tænkes igennem.](#)

- [DTF har en side med gode råd og viden om tennisbaner og -anlæg.](#) Her kan du også finde kontaktfinfo på DTF's eksterne anlægspartner, der kan svare på spørgsmål af baneteknisk art og hjælpe med din klubs anlæg.

- DIF har sammenfattet et hæfte ["Projekter - fra ide til handling"](#), der skitserer, hvordan man kan bygge et projekt op - for eksempel ved etablering af en idrætshal. Metode og værktøjer i hæftet skal tilpasses det konkrete projekt.

### Alternativer til tennishallen

Det er en god idé, at tennisklubber, der ikke har fast adgang til en tennishal, søger om tider i den/de lokale idrætshaller eller gymnastiksale, så der bliver mulighed for at tilbyde både skumtennis og/eller tennis på hel bane. Det er altid værdifuldt, at få adgang til timer, uanset om håndbold, badminton eller andre sportsgrene råder over haltiderne i prime time. Både fredag eftermiddag eller søndag er også fornuftige tilbud til medlemmerne. Se flere forslag i [afsnittet om aktivitet i vinterhalvåret](#).

Tider i idrætshallen er imidlertid ikke den eneste måde at forlænge tennissæsonen på. En lethal, en airdome, et mobilt tennisunderlag, anlæg af kunstgræsbaner eller lysanlæg kan også være mulige løsninger:

#### ▪ Lethal omkring tennisbaner

En lethal er hurtigere og billigere at bygge end en tennishal i murværk. En lethal består af en ydre beklædning, som er en form for "frakke", der bliver trukket over en stålkonstruktion. Vig Tennisklub fik adgang til en lethal i 2017, hvor der er 30 års garanti på yderbeklædningen. I lethallen er der anlagt en kunstgræsbane med kvartssand. Læs mere om projektet i artiklerne på [sn.dk her](#) og [her](#).

#### ▪ Airdome tennishal

En airdome er også en form for lethal, som det er muligt at afmontere om sommeren og montere igen, når vintersæsonen nærmer sig. Det er et hurtigt alternativ til en permanent tennishal, der med fordel kan sættes op omkring allerede anlagte kunstgræsbaner.

Løsningen, der blandt andet er flittigt anvendt i Sverige og Tjekkiet, bliver leveret skræddersyet med hensyn til belysning, varme, ventilation samt service og vedligehold. HIK Tennis fik tilbage i 2014 anlagt den første airdome i Danmark. Læs mere i [pressemeddelelsen her](#).

#### ▪ Mobilt tennisunderlag

En række tennisklubber i blandt andet Strib og Hirtshals gør brug af mobile tennisunderlag, der bliver rullet ud i den lokale idrætshal. I Strib bliver underlaget rullet ud fredag eftermiddag og pakket sammen igen søndag aften. Det giver gode muligheder for spil i weekenden.

[Læs mere om økonomi og praktiske detaljer ved et mobilt tennisunderlag.](#)

#### ▪ Kunstgræsbane og lysanlæg

En tennisbane med kunstgræsunderlag forlænger udendørs-sæsonen. Det er ikke nær så følsomt over for frost som grusbaner, og i flere klubber er der sågar tradition for at spille hele året rundt, også selvom det af og til er nødvendigt at skovle sne på banerne.

Kunstgræsbanen kan ligge både på eksisterende belægninger, nylagt asfalt eller beton samt et hårdt pakket grusunderlag. Materialet har en høj modstandsdygtighed over for varme, kulde og regn, hvilket giver en lang levetid og lave udgifter til vedligehold.

Det er et skånsomt underlag, da det giver et stabilt fodfæste ved hurtige bevægelser og skarpe sideskift. Samtidig er det langsomt, duellenligt, og giver en spillemæssig oplevelse, der minder om en blanding af grus og hardcourt.

Især kombinationen af kunstgræs og et lysanlæg, både til de tidlige og sene timer på dagen i vinterhalvåret, er en anvendelig løsning. Et lysanlæg kan også forlænge sæsonen på grusbaner, især ud på eftermiddags- og aften timerne sidst på efteråret.

### Kontakt

– [din lokale tenniskonsulent](#) for mere viden om anlæg af kunstgræsbaner, tennishal eller øvrige faciliteter og kom godt i gang.

### Padel - en god afveksling fra tennis

Padel-sporten er i væsentlig fremgang i lande som Spanien og Sverige. I Danmark er der også flere tennisklubber, der har haft held med at opføre og implementere padel-baner i forlængelse af anlægget. For nye spillere er det lettere at komme i gang med padel end med traditionel tennis, og for eksisterende medlemmer giver det god mulighed for afveksling.

### Få mere viden

Er din klub interesseret i at få mere information om emnet, så har DTF, der samarbejder om padel med DGI, HEAD, Unisport og Danpo, samlet [nyttig viden om spillet her!](#)



# KOMMUNIKATIONSVÆRKTØJER MÅLRETTET MEDLEMMERNE

## God kommunikation er afgørende for foreningslivet

Måltrettet og koordineret kommunikation skaber fællesskab, ansvarsfølelse og stolthed. Det giver synlighed i omverdenen og mere engagerede medlemmer. Bedre kommunikation starter i foreningens ledelse, og en målrettet indsats kan med tiden skabe en positiv synergieffekt.

### Hjemmesiden som klubbens omdrejningspunkt

Mange tennisklubber har allerede en hjemmeside, men ikke alle har overvejet, hvad de vil bruge hjemmesiden til. Derfor er det vigtigt, at klubbens bestyrelse kommer på banen.

En god og velfungerende hjemmeside tager udgangspunkt i, at bestyrelsen, som ansvarlig for klubbens ledelse, får defineret klubbens ambitionsniveau med hjemmesiden, herunder hvad den skal bruges til i det daglige klubarbejde.

Hjemmesiden er klubbens visitkort og ansigt udadtil. For mange kan den være det første indtryk, som de får af klubben. Det er let at miste folks interesse, hvis hjemmesiden for eksempel ikke er opdateret, hvis de vigtigste info ikke er tilgængelige, eller hvis siden virker uoverskuelig.

Hjemmesiden fungerer også som omdrejningspunkt for klubbens eksisterende medlemmer og skal skabe overblik over for eksempel aktiviteter, tilmelding og baneoversigt. Der er gode points at hente med en relevant, flot og overskuelig hjemmeside, der både understøtter rekruttering og fastholdelse af medlemmer.

### Få flere tips og idéer

DGI har en [side for foreningsledere](#), hvor der er en lang række tips og idéer til at målrette klubbens hjemmeside.

### Inspirationshæfte

DIF har lavet inspirationshæftet, "[Klubbens hjemmeside – som omdrejningspunkt](#)", der blandt andet giver en masse nyttige råd og input til, hvordan klubben får lavet en konkret plan for hjemmesiden samt dens design, struktur og vedligeholdelse.



### DGI har defineret syv trin, der kan forbedre kommunikationen i tennisklubben:

- 1 Opskrifter på, hvordan I skaber billeder på det, der for jer er alle tiders forening
- 2 Elevatortalen: Fortæl hvad I kan
- 3 Sæt det rigtige kommunikationshold
- 4 Målgrupper: Hvem vil I nå?
- 5 Kend jeres muligheder: Medier og kanaler
- 6 Sæt et mål for jeres kommunikation
- 7 Planlæg kommunikationsarbejdet

[Klik her og bliv klogere på de 7 trin](#), som både giver overblik over kommunikationslandskabet og guides til god foreningskommunikation.



# FACEBOOK TIL FORSKELLIGE FORMÅL

## Facebook - en smart kommunikationskanal

Facebook giver adgang til mange mennesker, og det er nemt at oprette små "rum", hvor man kan snakke sammen om forskellige interesser som for eksempel tennis. Derfor kan de fleste tennis-klubber få stor gavn af Facebook.

Du kan oprette to forskellige typer kanaler på Facebook - en [Facebookside](#) og en Facebookgruppe. Der er en del ligheder mellem de to men også en lang række forskelle. Få et hurtigt overblik over de to forskellige muligheder nedenfor:

### Facebookgruppen

En Facebookgruppe består af medlemmer, som er godkendt eller inviteret af administratorerne eller af andre medlemmer i gruppen. Dette gør, at en Facebookgruppe er ideel til intern brug i tennisklubben eller for forskellige mindre grupper af mennesker tilknyttet klubben.

- Opslag er som udgangspunkt skjult for offentligheden, hvilket er ideelt for et intranet
- Det er muligt at oprette forskellige grupper til for eksempel bestyrelse, forældregrupper og trænere
- Alle opslag bliver vægtet lige højt, så administratoren har ingen fordel med hensyn til fremhævning
- Gruppen rummer personer med samme interesse, hvilket skaber grundlag for en god og åben dialog
- Der kan lægges filer og billeder op til deling, så gruppen kan virke som et fælles arkiv

### Facebooksiden

På en Facebookside kan brugerne på Facebook blive "følgere" ved at klikke "Synes godt om". En Facebookside bliver især brugt til ekstern kommunikation og med det formål at skabe synlighed.

- Et værktøj til markedsføring af tilbud og arrangementer samt over for nye medlemmer
- Opfølgning på begivenheder med tekst og billeder (kan erstatte webgalleriet)
- Jo flere der klikker "synes godt om", des længere når budskaberne ud
- Siden og dens indhold er tilgængelig og synlig for alle, som et udstillingsvindue
- Administratorernes opslag vil være mere synlige end andres kommentarer

- Administratorerne kommunikerer ikke som sig selv, men med navnet på Facebooksiden

Læs mere om [Facebook-siden](#).

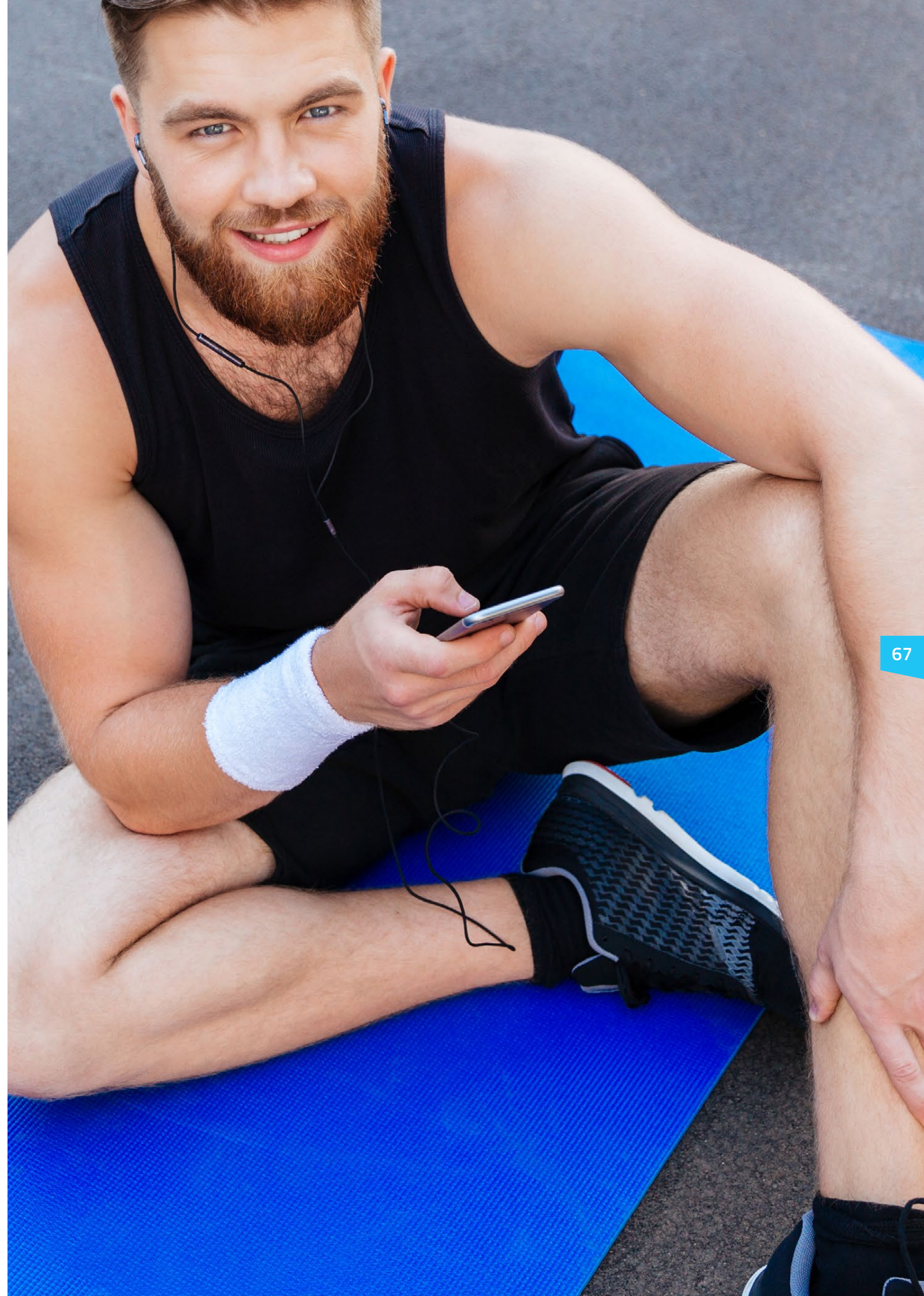
### Hvad er bedst?

Valget er ganske enkelt! Skal kanalen bruges til at kommunikere internt, så vælg en Facebookgruppe. Skal Facebook bruges til at kommunikere åbent om klubben og for eksempel offensivt i forbindelse med markedsføring og omtale, så vælg en Facebookside.

Der kan naturligvis være en del formål, der ligger lidt midt imellem disse scenarier, men i de fleste tilfælde er det ret klart, hvilken mulighed man bør vælge. Dertil skal tilføjes, at mange tennisklubber både benytter én side samt én eller flere grupper.

### Læs mere

DGI har en side for foreningsledere, hvor [du kan blive klogere på, hvordan din forening får størst mulig succes på de sociale medier](#).







## FACEBOOKSIDEN I PRAKSIS

### Sociale medier kan styrke kommunikationen i tennisklubben

Man kan bruge Facebook til at kommunikere og markedsføre tennisklubbens tilbud om træning, events og vidensdeling. 'Copenwater' er en forening, der satser på åbent vand-svømning, og klubben giver fem anbefalinger til enhver forening på Facebook:

- Lav Facebook-events for alle arrangementer, fællestræninger og turneringer
- Tag fotos af fællestræninger, turneringer og sociale arrangementer, og 'tag' personerne på billederne. Det rammer bredt, når folk bliver tagget og deler det på de sociale medier
- Lav opdateringer såsom små stemningsvideoer, resultater eller reportager, som folk også kan dele i deres eget netværk
- Sørg for at klubbens Facebook-profil har flere administratoren med hver deres styrker
- Arbejd strategisk med, hvordan I kommunikerer bedst med klubbens målgruppe

#### Deling i netværk

Det har en stærk effekt, når indhold fra Facebooksiden bliver delt af medlemmerne og dermed rammer deres netværk. Derfor er det vigtigt, at indholdet bliver opdateret og automatisk koblet med links til hjemmesiden.

Når der bliver oprettet events på Facebook, er det vigtigt at have en fængende overskrift, som gør folk nysgerrige. Det kan for eksempel omhandle fællestræning, fællesspisning efter træning eller stævner. Overskriften skal være kort og præcis og rettet mod målgruppen.

'Copenwater' har også haft succes med at lave små portrætter af medlemmer, så man på den måde kommer til at kende lidt til

de folk, man ofte møder i klubben. I en tennisklub kan det være "Månedens profil" med for eksempel trænere, bestyrelsesmedlemmer samt medlemmer, der har ydet en god indsats og kan fortælle om deres relation til klubben og lidt om sig selv.

#### Guide til brug og oprettelse af Facebooksiden

Det kan synes svært at komme i gang med Facebooksiden og forstå, hvad den egentlig skal bruges til i din klub. Det er dog vigtigt at forstå, at en Facebook-side har utallige muligheder såsom at:

- opmuntre spillerne til at dele deres gode oplevelser og på den måde tiltrække nye spillere
- dele alle de gode klubnyheder
- underholde klubbens medlemmer
- indhente input fra spillere og forældre til at forbedre klubben
- markedsføre klubben som åben og kompetent over for lokalpressen og meget mere.

Det behøver slet ikke at være så svært at oprette og administrere en succesfuld Facebookside.

Læs og følg guiden i [dette link](#) og bliv klogere på alt lige fra målsætninger, oprettelse, og hvordan du skaber aktuelt og levende indhold.





## AKTIVITET I VINTERHALVÅRET – også noget for klubber uden tennishal

### Skab masser af aktivitet hele året rundt

Mange tennisklubber oplever det som en udfordring, at tennis generelt bliver opfattet som en sommersport snarere end en hel-årssport. Det kommer især til udtryk ved, at mange medlemmer holder pause fra tennis i et halvt år eller længere. Herefter kan der være langt til genaktivering og fastholdelse.

Det findes der heldigvis råd for. Mulighederne for at skabe aktivitet i vinterhalvåret – uanset om klubben har adgang til en tennishal eller ej – er mange.

Her er der en inspirationsliste over aktiviteter, som en række af landets tennisklubber anvender med succes for at fastholde medlemmerne hele året rundt.

#### Skaf fast adgang til en tennishal

Der er altid noget særligt ved at spille tennis på en officiel tennisbane. Cirka hver ottende tennisklub i Danmark har en tennishal tilknyttet til sit anlæg. Det giver også i langt de fleste tilfælde, naboklubberne og deres medlemmer mulighed for at leje sig ind på banerne alt efter udbud og efterspørgsel. En banetime koster typisk mellem 70 - 180 kr./time.

#### Lej jer ind i en tennishal til arrangementer

Udover faste banetimer i nabohallen er det også en god idé at leje sig ind i "nabohallen" et par gange i løbet af vinterhalvåret og afholde sociale tennisarrangementer for en bred gruppe af klubbens medlemmer.

#### Skumtennis i en gymnastikhal

Der ligger også et stort potentiale i at leje sig ind i den nærmeste gymnastikhal. Her kan badmintonbanerne let transformeres til 5-6 minitennisbaner, hvor både børn og voksne kan spille med skumbolde. Der kan let være seks spillere per bane, og med seks baner bliver der plads til i alt 36 spillere.

Mange tennisklubber bruger denne løsning som fast ugentlig træning i vinterhalvåret. Hvis det er svært at få haltider på grund af for eksempel håndbold og badminton, så kan selv fredag eftermiddag eller søndag sagtens bruges. Måske råder badmintonafdelingen over nogle haltimer, hvor de ikke anvender alle baner, og hvor der så er plads til skumtennis på de resterende baner.

#### 3-4 årligt tilbagevendende traditions-arrangementer

Med tilbagevendende og genkendelige arrangementer har

klubbens medlemmer noget socialt at samle sig om, som de kan se frem til fra år til år. Det kan for eksempel være nattennis, klubbmesterskab, juleafslutning, skumtennistævner, vinterferie-hygge, familiedag eller lignende.

#### Alternativer til tennisaktiviteter

Har klubben et klubhus, der er egnet til indendørs ophold i vinterhalvåret, kan man bruge det til spilaftener med bridge, Playstation, brætspil eller lignende. Det kan også danne ramme om fysisk træning med styrke- og/eller løbetræning.

Hvis klubhuset ikke er egnet, kan man mødes andre steder som for eksempel i den lokale idrætsforenings lokaler, på café eller invitere på fælles ture til blandt andet svømmehal eller bowling-center.

#### Generalforsamlingen som en begivenhed

Gør noget ekstra ud af generalforsamlingen, så det ikke kun er den sædvanlige trofaste skare, der møder op gang på gang. Kombiner for eksempel generalforsamlingen med indledende hyggedouble, skumtennistævne, vinsmagning, lækker middag, klubfest, uddeling af hæderspriser eller andet.

#### Dialogmøde med klubbens medlemmer

Bestyrelsen kan invitere alle interesserede medlemmer til et klubmøde, hvor alle kan byde ind i forhold til aktiviteter, træning, visioner, mål for den kommende sæson og for fremtiden. Her er der også mulighed for at spotte og rekruttere nye frivillige.

#### Benyt jer af "eksterne" tennisarrangementer

Både DGI, DTF og unionerne indbyder til en lang række arrangementer og tennisaktiviteter målrettet en bred medlemsskare. Der er helt sikkert et tilbud for både klubbens juniorer og seniorer, så det er bare med at få spredt de gode budskaber i løbet af vinterhalvåret.

#### Offensiv satsning på skoletennis

Flere klubber har haft stor succes med at lave en skoletennis-aktivitet i april tæt op af udendørssæsonen. Hensigten er, at invitere børnene med til åbent hus på [Tennis sportens Dag](#). Her er det en god idé at have postkort eller pjecer klar, som eleverne kan tage med hjem. Det kan også være postkort om [Voksenintroduktion](#), så forældrene også bliver inspireret og motiveret.

Indled dialogen med skolen, børnehaven eller fritidsordningen allerede i august måned året forinden, hvor lærerne er i gang med at forberede undervisningsplanen. Kommer klubben først med forslaget senere, er det ikke sikkert, at det kan passe ind, så vær ude i god tid, og husk muligheden for ansøge om støtte fra kommunen.

#### Baneklargøring som en "festdag"

Indfør nogle gode og hyggelige traditioner i forbindelse med baneklargøringen, hvor klubben er vært ved fælles morgenmad, forplejning i løbet af dagen eller lignende. Det er et godt formål at samles om, og mange vil gerne give en hånd med, hvis de bliver spurgt.

#### Tid til sponsorarbejde?

Når indendørssæsonen er godt i gang, er der måske tid til at gennemgå sponsorater og muligheder i porteføljen. Lav opsøgende arbejde overfor sponsorer, så de kan præsenteres til udendørs-sæsonen. Det er et godt signal overfor sponsorer at være en "helårsklub".

#### Skab overblik over frie hænder

Vær på forkant med kommende opgaver i tennisklubben ved at skabe overblik over trænersituationen, banemænd samt medarbejdere og frivillige til andre forefaldende opgaver. Der kan også rekrutteres nye frivillige til afgrænsede opgaver. Hvis folk bliver spurgt i god tid om afgrænsede opgaver, siger de sjældent nej.

#### Bliv inspireret af organisationerne

Deltag på de samarbejds møder, seminarer og generalforsamlinger, som DGI, DTF og unionerne indbyder til hen over vinterhalvåret. Her er det altid muligt at få inspiration og sparring med på vejen fra organisationerne og fra andre klubber. Det giver også klubben mulighed for at være med til at præge dialogen og udviklingen i dansk tennis.

Benyt jer også af tennis- og aktivitetskonsulenter til at sætte fokus på klubudviklingen og udvalgte kerneområder i jeres klub.

### Hold gang i kommunikationen

Med de mange bud på aktiviteter og tiltag er der rig mulighed for at gøre sig synlig også i løbet af vinterhalvåret – uanset om klubben har direkte adgang til en tennishal eller ej. [Kommunikationen](#) kan både foregå via nyheds- og invitationsmails eller på en [Facebookside](#).

Løbende kommunikation er altid bedre, når det handler om at fastholde medlemmer, end blot én fakturaopkrævning i april måned. Brug for eksempel sensommeren og efterårets møder på at planlægge en aktivitets- og kommunikationsplan for vinteren.





# PLAY & STAY-KONCEPTET

Konceptet er for alle og sikrer, at tennis bliver let, sjovt og sundt

Boldene til Play & Stay-konceptet gør det nemmere at lære tennis. De giver flere succesoplevelser fra start for nye spillere i aldre og på alle niveauer.

Boldene er blødere og langsommere end den traditionelle gule bold og er inddelt i tre kategorier: Rød, orange og grøn. De tre kategorier er inddelt efter niveauet af tryk i bolden.

## Mange fordele for voksne motionister

Konceptet fungerer både i den daglige træning og ved stævner, turneringer og tennisskoler.

Især seniorer 50+ kan have stor gavn af softkerneboldene, da de er langsommere end den gule bold og mere skånsomme for kroppen.

De lavere opspringshøjder kan være en fordel i forhold til boldtræf ved hoftehøjde. Derudover er der den fordel ved boldene, at spillemæssige niveauforskelle til dels bliver udlignet. Det er derfor et godt værktøj til fastholdelse, da det kan samle medlemmer uanset niveau og alder. Det samme gør sig gældende for skumtennis, hvor de to mest anvendte boldtyper er hhv. 9 og 12 cm. i diameter.



## RØD

Bolden er 75% langsommere end den gule tennisbold. Det kan enten betegne en skumbold (9 eller 12 cm i diameter) eller en tofarvet softkernebold.

### BANENS STØRRELSE

11 x 6 meter med nethøjde 0,8 meter minitennisnet. Banen kan for eksempel markeres med streger fra linjekost (grusbane) eller 'throw down lines' (hardcourtbane eller tæppe).

### SPILLERGRUPPE

Børn i alderen 5-8 år og ældre nybegyndere, unge som voksne.



## ORANGE

Bolden er 50% langsommere end den gule tennisbold. Det er en softkernebold, der enten er tofarvet eller gul med en orange prik.

### BANENS STØRRELSE

18 x 6,5 meter. Samme nethøjde som en almindelig bane.

### SPILLERGRUPPE

Let øvede børn i alderen 7-11 år og voksne begyndere.



## GRØN

Bolden er 25% langsommere end den gule tennisbold. Det er en softkernebold, der enten er tofarvet eller gul med en grøn prik.

### BANENS STØRRELSE

Fuld singlebane og samme nethøjde som en almindelig bane.

### SPILLERGRUPPE

Alle børn i alderen 8 år og ældre samt motionister og seniorer 50+.





# RECEPTIONIST / FRIVILLIG VÆRT

## Et simpelt "hej" kan gøre en forskel

At have en ansat receptionist eller en frivillig vært, der sidder klar i klubbens indgangshal, reception, mødelokale eller café, kan gøre en kæmpe forskel for klublivet. Dette gælder både i mindre og større klubber.

At blive modtaget af en person med et smil og et "velkommen til" eller "hej" gør at mange føler sig hjemme og tilpas i klubben. Det er vigtigt for både nye potentielle medlemmer og eksisterende medlemmer, at de bliver 'set' og 'hørt', hvis der skulle være spørgsmål.

Større tennisklubber arbejder med forskellige løsninger i form af klubmanagere, receptionister, cafépersonale, chefrænere og lignende, der har faste mødetider i klubben og et indblik i klubbens virke, så de kan besvare spørgsmål om for eksempel medlemskab, aktiviteter og træning.

### Kan også imødekommes i mindre tennisklubber

Mindre tennisklubber kan med fordel gøre opmærksom på muligheden for møde en vært fra klubben via reklame på hjemmeside/Facebook, med synlige skilte i klubhuset eller ved indgangen til tennisanlægget. For lethedens skyld kan det være et eller flere faste tidspunkter i løbet af ugen, hvor eksisterende og potentielle nye medlemmer kan komme forbi og stille spørgsmål.

Det kan for eksempel være et par timer en fast hverdagsaften i forlængelse af, at nogle af klubbens ildsjæle i forvejen er nede for at spille tennis.

For at gøre opgaven overskuelig kan der blot være tale om 1-2 timer per uge og gerne kombineret med en vagtplan, så flere frivillige deler rollen. Der skal naturligvis stadig være let adgang til at stille spørgsmål via mail, telefon, Facebook og lignende.

### Tiden behøver ikke være en barriere

Fordelene ved at få sat ansigt på en fra klubben er selv sagt mange. Allerede her starter "den gode modtagelse" og integrationen med en varm velkomst, relationsdannelse og reklame for de helt rette tilbud i klubben.

Nye medlemmer i alle aldre og især ældre seniorer vægter det sociale højt, og netop en vært kan være med til at skabe en bedre kontakt til tennisklubben.

### Et lille tankeeksperiment

Forestil jer den opfattelse af klubben, som et nyt medlem kan få, hvis vedkommende slet ikke møder en repræsentant fra klubben. Forestil jer så, hvad synlighed og tilstedeværelse kan være med til at fremme, når det gælder tilhørsforhold og klubmiljø for både nye og eksisterende medlemmer.

Der kan naturligvis være undtagelser ved ferie og sygdom, hvor det ikke er muligt at stå klar med en vært. Sørg for synligt at gøre opmærksom på dette på blandt andet hjemmesiden og Facebook, så folk ikke går forgæves. Omvendt skal man også være tålmodig og forvente dage, hvor der kun er ganske få, der benytter sig af tilbuddet.

Det er generelt også en god idé et centralt sted i klubhuset at gøre opmærksom på, at interesserede kan søge yderligere viden og information online på for eksempel [klubbens hjemmeside](#) og [Facebook](#). Hav også gerne klubfoldere eller pjecer liggende frem til at tage med hjem.





# GOD ARBEJDSLYST!

Så er der bare tilbage at sige god arbejdslyst

Med dette idékatalog med gode eksempler og cases fra tennis-klubber og andre idrætsforeninger, der har gjort det godt på blandt andet integrations- og fastholdelsesområdet, er det håbet, at vi sammen kan opnå målet om flere tennisspillere i Danmark.

Kataloget giver blot eksempler på, hvordan løsningerne kan se ud. Da motionsformer er foranderlige, er de gode løsninger det også, så vær aldrig bange for at tænke nyt og udvikle.

## Om Bevæg dig for livet

Bevæg dig for livet er en invitation til fællesskab, motivation og nye idéer til at dyrke idræt og motion. Det starter med dig – og involverer hele Danmark.

