



**SPORT
BEDRIJF**
LELYSTAD

Jaarplan 2026

KOPLOPER IN SPORT, BEWEGEN EN VITALITEIT

INHOUDSOPGAVE

Inleiding

Voorwoord

Missie, Visie & Kernwaarden

Terugblik en resultaten van 2025

Aandachtspunten voor 2026

Accommodaties

Exploitatie Sportaccommodaties

Sport, Bewegen & Vitaliteit

Bedrijfsvoering

Marketing



VOORWOORD

Als Sportbedrijf geloven wij in de kracht van een actieve leefstijl. Sport en bewegen verbindt inwoners, gaat door alle lagen van de bevolking heen en draagt bij aan de gezondheid en vitaliteit van een stad. Juist in Lelystad, waar de gezondheidsuitdagingen groot zijn, kunnen sport en vitaliteit het verschil maken.

De urgentie om sport en bewegen in te zetten als belangrijk maatschappelijk middel wordt onderstreept in de verschillende nationale akkoorden zoals IZA, GALA, AZWA en het Sportakkoord. Hierin staat de positieve bijdrage van sport aan gezondheid en welzijn centraal. Wetenschappelijk onderzoek, waaronder dat van de Rijksuniversiteit Groningen¹, bevestigt dit positieve effect en de bijdrage die het levert aan de vitaliteit en weerbaarheid van mensen.

Lelystad zou dit positieve effect volledig moeten willen omarmen. Het via preventie voorkomen van gezondheidsproblemen is immers beter, goedkoper en sociaal wenselijker dan het genezen daarvan. Helaas scoort Lelystad op vrijwel alle gezondheidsindicatoren onder het landelijk gemiddelde. Ook het naleven van beweegrichtlijnen en wekelijkse sportdeelname blijven achter. Er is sprake van een structurele gezondheidsachterstand.

Als Sportbedrijf zien wij het als onze taak om deze gezondheidsachterstand terug te dringen. Wij geloven in de kracht van sport en bewegen. Gelukkig staan wij hierin niet alleen. In samenwerking met veel verschillende maatschappelijke partners en de gemeente Lelystad werken wij hard aan een gezonder en vitaler Lelystad. In 2025 hebben wij daarom de regisseursrol op ons genomen binnen het project “De

gezondste Stad”. Dit project verbindt sport en bewegen met maatschappelijke opgaven zoals onderwijs, wijkontwikkeling en het versterken van kwetsbare groepen.

Daarnaast biedt onze deelname aan de tender voor de KNVB Campus een unieke kans om sport als profileringsmiddel voor Lelystad te benutten. Sport kan deze stad – met haar groene en blauwe ruimte, haar korte maar unieke historie en haar behoefte aan erkenning – op de kaart zetten. Juist omdat de uitdagingen hier groter zijn dan elders, zien wij de kansen des te scherper.

Sportbedrijf Lelystad neemt het voortouw. Wij geloven dat Lelystad kan uitgroeien tot nationale koploper op het gebied van sport, bewegen en gezondheid. En wij nodigen iedereen uit om samen met ons die ambitie waar te maken.

Eelco Derks
Directeur/Bestuurder
Sportbedrijf Lelystad



¹Onderzoek van de Rijksuniversiteit Groningen toont aan dat buurten waar meer mensen sporten en bewegen, lagere zorgkosten hebben. Zelfs een stijging van 1% in wekelijkse sportdeelname of naleving van de beweegrichtlijn leidt tot een besparing van 8 à 9 euro per inwoner per jaar. Investeren in sport en beweging is daarmee niet alleen goed voor de gezondheid, maar ook kosteneffectief voor de samenleving. [rug.nl]



MISSIE, VISIE & KERNWAARDEN

> MISSIE

Inwoners van Lelystad stimuleren via sport en bewegen om in beweging te komen en te blijven

> VISIE

Lelystad is een stad met vitale inwoners

> KERNWAARDEN

In 2026 willen we de kern- en toekomstige merkwwaarden van het Sportbedrijf Lelystad meer inhoud geven, zodat deze op een goede manier zijn uit te dragen. Hiermee versterken we onze organisatiecultuur.

DE HUIDIGE KERNWAARDEN ZIJN:

> MAATSCHAPPELIJK ONDERNEMEND

Het Sportbedrijf heeft het doel om zijn maatschappelijke ondernemende rol te vergroten door het verhogen van het rendement, het realiseren van extra inkomsten en het opzetten van nieuwe initiatieven. Betrokkenheid van medewerkers is hierbij van belang. Het stimuleren van eigenaarschap is het doel. Voor het realiseren van nieuwe initiatieven/nieuwe markten is het opzetten van partnerships van belang.

> SPECIALIST

Het Sportbedrijf ontwikkelt zich tot specialist als het om de uitvoering en de inzet van sport en bewegen gaat. Zo zijn we als Sportbedrijf onder andere specialist in sportaccommodaties, zwembadexploitatie, urbansports, ouderensport, jeugd&sport en verenigingsondersteuning.

> KLANTGERICHT

Het Sportbedrijf werkt steeds meer vanuit dataonderbouwing en onderzoek. Hierdoor kent het Sportbedrijf de behoefte van onze klanten steeds beter en speelt hier flexibel op in.

> DUURZAAM

Het Sportbedrijf wil in Lelystad zijn voorbeeldfunctie als het om maatschappelijke duurzaamheid gaat vervullen. De intentie om dit te zijn is er, maar de uitvoering is deels ook afhankelijk van het beschikbare geld.

> VITAAL

Het Sportbedrijf Lelystad is in zijn gemeente het voorbeeld van vitaliteit. Onze werkzaamheden zijn hier volledig op gericht.



TERUGBLIK EN RESULTATEN VAN 2025

In 2025 is veel bereikt als het gaat om onze vijf strategische ambities. In 2025 heeft het Sportbedrijf samen met de gemeente Lelystad belangrijke stappen gezet richting een vitalere stad. Dankzij de ingezette koers vanuit de sportvisie en maatschappelijke agenda zijn meer inwoners gaan sporten, vaker en met meer mogelijkheden.

WE ZIJN TROTS OP ONZE RESULTATEN IN 2025:

- > Recordhoogte in het zwembad voor wat betreft zwemlessen, aquasporten en banenzwemmen;
- > continuering en uitbreiding van meerdere maatschappelijke projecten zoals Sociaal Vitaal, School en Omgeving en Fit naar Werk;
- > het succesvol implementeren van de beweegmakelaar;
- > het succesvol adviseren en realiseren van meerdere plekken in de openbare ruimte zoals bijvoorbeeld het Dreamcourt;
- > het in samenwerking met de gemeente succesvol afronden van de aanbesteding van de nieuwe sporthal Rietlanden III;
- > de verbouwing van de entreehal in De Koploper;
- > het succesvol implementeren van het nieuwe klant- en verhuursysteem.
- > inzicht in doelgroepsegmenten door doelgroepanalyse

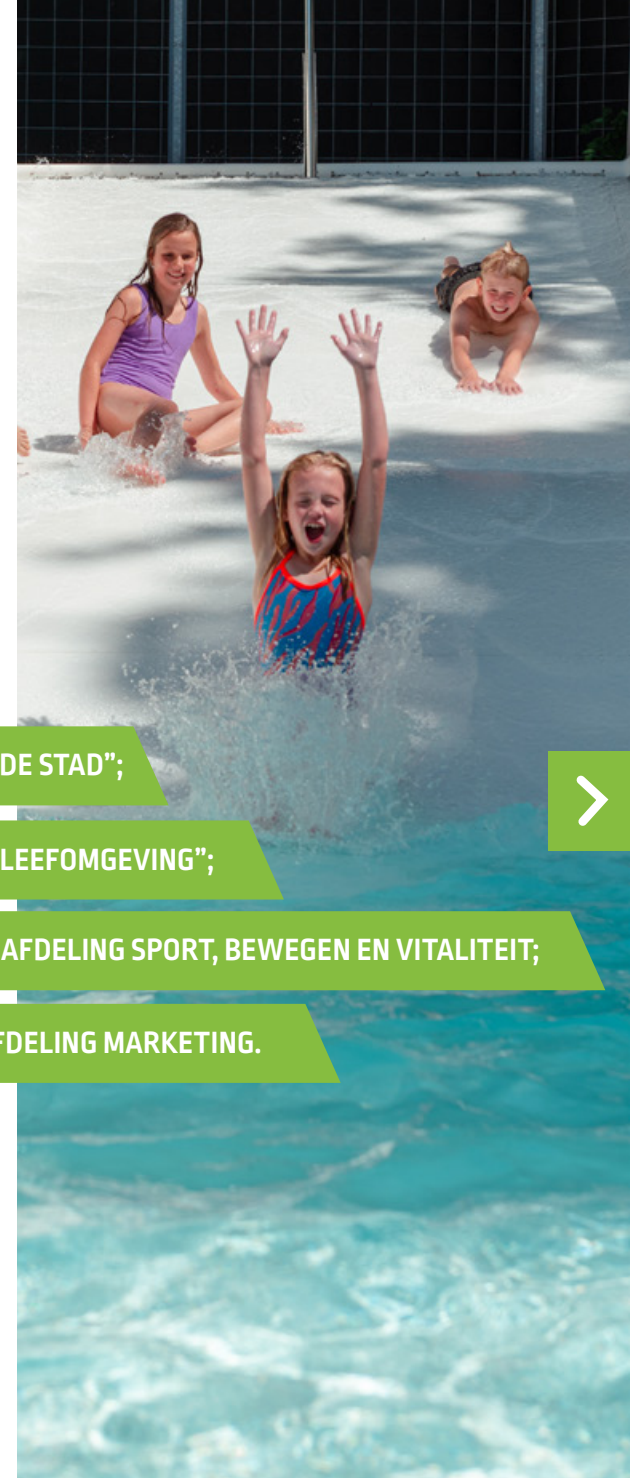
> ORGANISATIE-ONTWIKKELING

In 2025 heeft het Sportbedrijf zich verder ontwikkeld en nadrukkelijk gepositioneerd als regisseur van sport, bewegen en vitaliteit in Lelystad. De toevoeging van een organisatiemanager heeft geleid tot meer ruimte voor strategisch werken, procesoptimalisatie en het benutten van nieuwe kansen.

DIT RESULTEEDE ONDER ANDERE IN:

- > START VAN HET PROJECT “DE GEZONDE STAD”;
- > START VAN HET PROJECT “GEZONDE LEEFOMGEVING”;
- > HET VERDER ONTWIKKELEN VAN DE AFDELING SPORT, BEWEGEN EN VITALITEIT;
- > HET VERDER VORMGEVEN VAN DE AFDELING MARKETING.

Daarmee is het Sportbedrijf uitgegroeid tot een betrouwbare maatschappelijke partner die succesvol uitvoering geeft aan het sport- en beweegbeleid van de stad. In 2026 zetten we deze lijn voort.



POSITIONEREN ALS KOPLOPER

Ondanks positieve resultaten blijft Lelystad achter op de landelijke gezondheidscijfers. Daarom scherpt het Sportbedrijf haar ambitie aan: **we willen ons positioneren als koploper binnen de branche van maatschappelijke sport- en beweegorganisaties.**

Dat betekent vooroplopen in innovatie, prestaties en product- en marktontwikkeling. Als koploper geven we richting en bepalen we het tempo, samen met partners in een intensieve samenwerking waarin wij de regie nemen.

STRATEGISCHE KEUZES VOOR 2026

Om aansluiting te vinden bij de landelijke Kopgroep, kiest het Sportbedrijf in 2026 voor de volgende speerpunten:

➤ MARKETING EN DATAGERICHT WERKEN:

- Gerichte benadering van 'question marks' binnen alle leeftijdsgroepen; dit lijkt de meest kansrijke doelgroep om te motiveren in beweging te komen.
- Inzetten van een datagestuurde salesfunnel voor duurzame gedragsverandering.

➤ PROGRAMMA- OF PRODUCTONTWIKKELING:

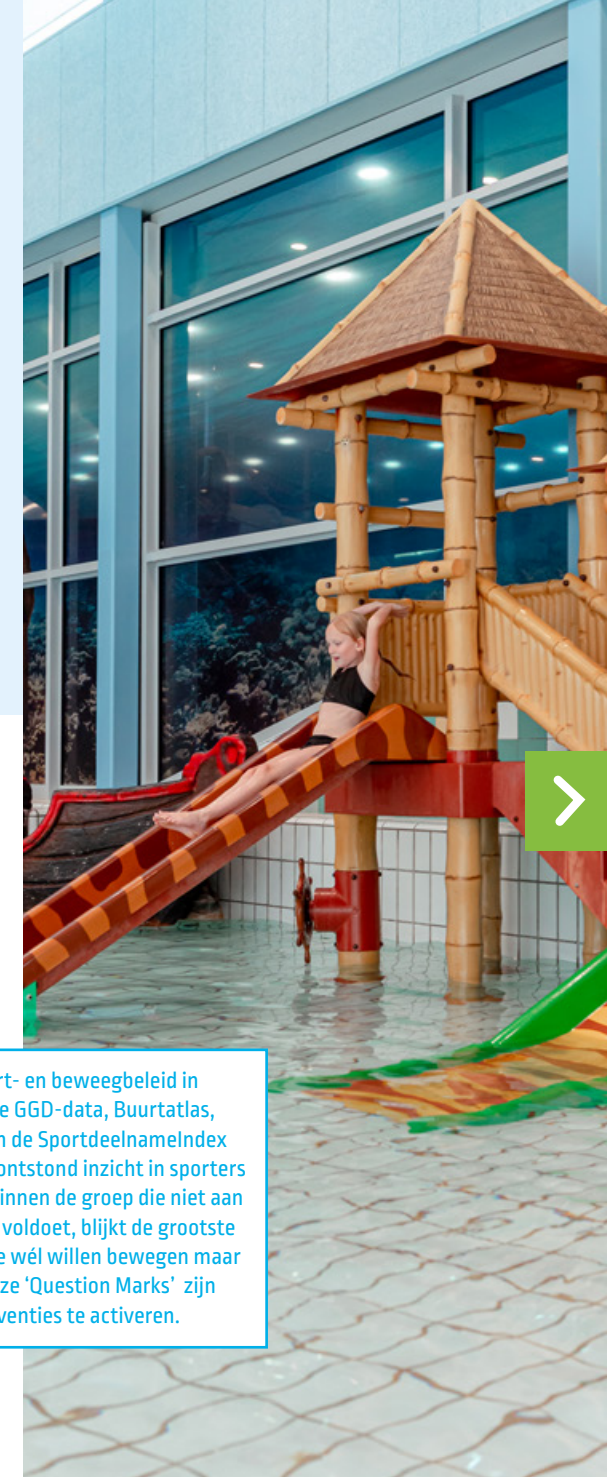
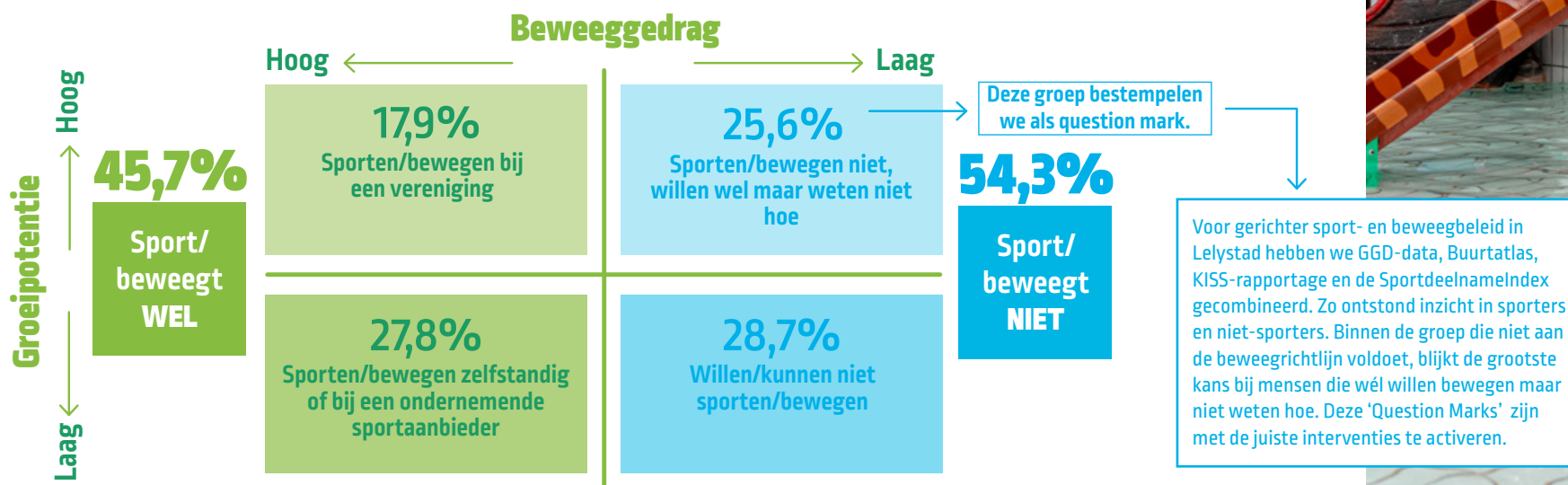
- Sportbenadering voor ouderen.
- Zwemles-productontwikkeling; leven lang zwemplezier in de Koploper.

➤ URBAN SPORT EN OPENBARE RUIMTE

➤ KWALITEITSVERBETERING EN SAMENWERKING

- Keurmerk voor sportaanbieders.
- Intensieve samenwerking met maatschappelijke organisaties.

Beweeggedrag 84.084 inwoners van Lelystad



AANDACHTSPUNTEN VOOR 2026

AANDACHTSPUNTEN

Belangrijkste aandachtspunten voor 2026 op weg om als koploper Lelystad één van gezondste gemeentes van Nederland te maken, zijn:

Verdere ontwikkeling van de organisatie

Om onze ambitie waar te maken, verbeteren we de organisatie. Twee zaken zijn hierbij van belang:

1. Waar gaat het sportbedrijf op sturen?

KPI's ontwikkelen voor omzet/winst, maatschappelijk rendement en pr/waarde. Deze KPI's worden gekoppeld aan een projectenmonitor.

2. Het uitwerken van de vijf focusgebieden van een high performance organisatie (HPO).

Marketing en data gedreven

Promotie en herkenbaarheid helpen drempels te verlagen en stimuleren een actieve leefstijl. Met data-analyse krijgen we beter inzicht in doelgroepen en barrières, zodat we gericht kunnen communiceren – vooral richting inwoners die nog niet structureel deelnemen. Door te focussen op overkoepelende programma's vergroten we de impact en werken we aan duurzame gedragsverandering.

Groeiende rol in preventie

De preventie rol van het Sportbedrijf richting de zorg kan nog verder groeien. De cijfers van de beweegmakelaar geven dit aan. Hiervoor dient er een intensievere dialoog met betrokken belanghebbenden van de zorg te komen. Het Sportbedrijf brengt deze dialoog op gang.

Programma gezonde stad

Het voorzitten en trekken van twee opgaveteams krijgt ook in 2026 prioriteit. Binnen deze teams vertalen we verschillende maatschappelijke opgaven naar projecten. De profilering binnen Lelystad en daarbuiten is één van de speerpunten.

Start bouw Rietlanden III

In 2027 krijgt Lelystad er een topaccommodatie bij. Het Sportbedrijf vervult een actieve rol in de project- en stuurgroep. Het is van belang dat er een accommodatie komt die maximaal kan renderen in maatschappelijke en sportieve benutting.



RISICO'S

Naast aandachtspunten zijn er ook een aantal risico's. Deze zijn:

Preventie onder druk

Verminderde aandacht voor de preventieve kant van gezondheid.

Personele capaciteit

Voldoende personeel in kwantiteit en in kwaliteit.

Strategische geloofwaardigheid

Doelstellingen niet kunnen waarmaken, waardoor het Sportbedrijf aan geloofwaardigheid verliest.

Fluctuerende energieprijzen

Fluctuerende en onvoorspelbare energieprijzen brengen mogelijk sterk stijgende operationele kosten met zich mee.

Politieke dynamiek

Lokale en nationale verkiezingen en de aandacht voor sport en bewegen.

ORGANISATIEONTWIKKELING

In 2026 verbeteren we de organisatie op basis van vijf HPO (High Performance Organisatie)-principes:

- > KWALITEIT VAN MANAGEMENT;
- > KWALITEIT VAN MEDEWERKERS;
- > OPENHEID EN ACTIEGERICHTHEID;
- > CONTINUE VERBETERING EN VERNIEUWING;
- > LANGE TERMIJN GERICHTHEID.

Om dit waar te kunnen maken, blijft ook in 2026 een manager organisatie als uitbreiding essentieel. Daarnaast breiden we de marketingafdeling uit voor dataverzameling, analyse en ondersteuning bij campagnes en evenementen. Ook krijgt de marketingafdeling een prominenter rol binnen de organisatie: van ondersteunend wordt de afdeling leidend voor focus op activatie van de inwoners, omzetgroei en merkversterking.





**BIJ HET SPORTBEDRIJF VOEREN WE
DE WERKZAAMHEDEN UIT VIA VIJF
AFDELINGEN:**



ACCOMMODATIES



**EXPLOITATIE
SPORTACCOMMODATIES**



**SPORT, BEWEGEN
& VITALITEIT**



BEDRIJFSVOERING



MARKETING

**IN DIT JAARPLAN GEVEN WIJ PER
ONDERDEEL OP HOOFDLIJNEN AAN
WAT DE AMBITIES IN 2026 ZIJN.**



ACCOMMODATIES

ACCOMMODATIES

Het Sportbedrijf Lelystad beheert en exploiteert het merendeel van de publieke sportaccommodaties in de stad. Deze voorzieningen vormen de fysieke basis voor sport en bewegen in Lelystad en zijn daarmee essentieel voor het realiseren van onze maatschappelijke doelstellingen. In 2025 is gestart met een onderzoek naar de wenselijkheid van eigendomsoverdracht aan de gemeente, mede vanwege fiscale druk door de vennootschapsbelasting. Naar verwachting wordt hierover in 2026 een besluit genomen.

Ons doel is om onze sport- en beweegaccommodaties maatschappelijk te laten renderen. Daarvoor moeten de accommodaties technisch op orde zijn, dat betekent: schoon, heel en veilig, toekomstbestendig en duurzaam. Het Integraal Huisvestingsplan Sport (IHP), opgesteld door de gemeente met een actieve bijdrage van het Sportbedrijf, biedt richting voor investeringen en beleidskeuzes in de komende jaren. Hieruit blijkt onder andere dat Lelystad kampt met een tekort aan voetbaltrainingscapaciteit, wat vraagt om een langetermijnvisie op voetbalaccommodaties.

Duurzaamheid blijft een belangrijk thema. In 2025 heeft het Sportbedrijf meegedaan aan het Koploperproject Duurzaam Ondernemen. Een resultaat van het project is een concreet actieplan voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. In 2026 zetten we verdere stappen in verduurzaming.

DE AFSPRAKEN/TE BEHALEN RESULTATEN VOOR ACCOMMODATIES IN 2026 ZIJN:



VERDUURZAMING SPORTCENTRUM DE KOPLOPER:

Onderzoek naar vervanging biomassa-installatie en plaatsing zonnepanelen als ook de eisen van de overheid en de te behalen doelstelling van CO2 reductie.



ZWEMBADPERRONS:

Plan van aanpak voor vervanging vanaf 2027.



VOETBALVISIE:

Mede ontwikkelen van een langetermijnvisie op basis van capaciteitsvraag.



DUURZAAMHEIDSPLAN:

Uitvoering Koploperproject als startpunt voor een duurzaamheidsplan voor doelen rondom CO2 reductie.



EIGENDOMSVRAAGSTUK:

Afronding besluitvorming over eigendom sportaccommodaties.



BASISBEHEER:

Alle accommodaties schoon, heel en veilig conform sportbondseisen.



ACCOMMODATIES

DE BELANGRIJKSTE ACCOMMODATIEPROJECTEN VOOR 2026 ZIJN:

- **VERVANGING UFRO INSTALLATIE** (WATERFILTRATIESYSTEEM VOOR HERGEBRUIK SPOELWATER) IN HET KADER VAN DUURZAAMHEIDSEISEN OVERHEID.
- **RENOVATIE SPORTVLOER EN ZONNEWEIDE** IN HET KADER VAN VEILIGHEID EN ZORGPLICHT.
- **BEGELEIDEN VAN DE ONTWERP & BOUWFASE SPORTHAL RIETLANDEN III** DOOR DEELNAME AAN PROJECT- EN STUURGROEP.
- **VERVANGING VAN DE WATERSPEELTUIN.**
- **VERGROTEN VAN DE BELEVINGSWAARDE VAN DE BUITENSPORTACCOMMODATIES** DOOR HET BESTAANDE GROEN TE BEHOUDEN EN HET TOEVOEGEN VAN STROKEN MET BLOEMEN/KRUIDENVEGETATIE.
- **DEELNAME AAN PROJECTGROEP ZUIDERHAGE** IN HET KADER VAN AANLEG NIEUW SPORTPARK (VOETBAL EN TENNIS/PADEL).

KRITISCHE SUCCESFACTOREN:

- Voldoende accommodatiebudget en liquiditeit voor renovaties, verduurzaming en vergroenen van onze accommodaties.
- Veranderende eisen vanuit de sportbonden vereist flexibiliteit.
- Weersomstandigheden
- Juist gebruik/belasting van de accommodaties door onze gebruikers.
- Keuring atletiekbaan
- Voldoende aanbod aan sportaccommodaties met name op het gebied van voetbal.
- Financiering aanleg nieuwe sportaccommodaties door de gemeente Lelystad.





EXPLOITATIE SPORTACCOMMODATIES

EXPLOITATIE SPORTACCOMMODATIES

De afdeling Exploitatie Sportaccommodaties richt zich op het stimuleren van inwoners om in beweging te komen door een breed, toegankelijk en kwalitatief hoogstaand sport- en beweegaanbod realiseren. We spelen daarbij actief in op maatschappelijke trends, klantbehoeften en ontwikkelingen in de sport- en vrijetijdssector. Het doel is een optimale bezetting van zowel programma's als accommodaties, waarbij samenwerking tussen Zwembaden, Klantenservice en Horeca centraal staat. Proactiviteit, wendbaarheid en continue verbetering vormen de basis voor een gastvrije bezoekerservaring.

Dankzij verbeterde data is de bezetting in de baden steeds beter inzichtelijk. Dat maakt gerichte sturing mogelijk. We zien een enorme groei in aquasporten, Ouder & Kind zwemmen en banenzwemmen. Het is en blijft dus belangrijk om naar de bezetting van de baden te kijken en ons personeelsbestand groter te maken of slimmer in te delen. Binnen de zwemlessen zien we ook nog een groei door de ontwikkeling van medewerkers naar zweminstructeurs. De grootste opgave ligt bij recreatief zwemmen.

Met de realisatie van de buiten waterspeeltuin en de doorontwikkeling van activiteiten tijdens vakanties en feestdagen, zoals een Lelystads Kampioenschap Bommetje of snorkel-, zeemeermin- of klimcursussen proberen we het aantrekkelijker te maken voor de klant.

Het nieuwe klant- en verhuursysteem biedt beter inzicht in klantgedrag en gebruikspatronen. In 2026 zetten we dit systeem strategisch in om herhaalbezoek te stimuleren, omzet te stabiliseren of te verhogen en de dienstverlening verder te personaliseren. Samen met marketing en communicatie onderzoeken we aanvullende verkoopmogelijkheden, zoals het aanbieden van relevante artikelen (zwemlesluiers, duikbril, badmuts) bij ticketaankoop. Daarnaast richten we nieuwe werkwijzen in, waaronder het online oproepen van zwemleskinderen, om de klantbeleving eigentijds en efficiënt te maken.



DE DOELSTELLINGEN VOOR EXPLOITATIE IN 2026 ZIJN:

▲ 10% meer omzet

Meer dan 10% omzetstijging in de zwembaden dan in 2025

Stabiliseren van de groei
van aquasporten en Ouder & Kind zwemmen

▲ 450 bezoeken

Meer dan 450 bezoeken per maand meer dan in 2025 bij recreatief zwemmen

Positieve bijdrage horeca
aan exploitatie

DE BELANGRIJKSTE EXPLOITATIEPROJECTEN IN 2026 ZIJN:

- Introduceren van **nieuw aanbod** gericht op recreatief zwemmen en gezinsactiviteiten.
- **Doorontwikkeling** van aquasporten, banenzwemmen en doelgroepprogramma's op basis van trends, vraag en samenwerking.
- Met de **uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek** verbetervoorstellen maken én in gerichte (klant)acties ombouwen.
- Het **versterken van de (online) klantbeleving**.
- Het doorontwikkelen van het **Masterplan Zwembaden**.
- Een start maken met de **vernieuwde look & feel in horeca** in De Koploper.
- Het ontwikkelen van **horecaconcepten** voor Sportcomplex De Rietlanden.



DE KRITISCHE SUCCESFACTOREN IN 2026 ZIJN:

- Het blijven **binden & boeien** van onze medewerkers (behouden, kwaliteit en flexibiliteit).
- De **juiste (data)analyses** om klantbehoeften in kaart te brengen (niet alleen aanbodgericht).
- Te weinig tijd nemen om te **evalueren**.
- Goede **interne samenwerking** van alle teams binnen het Sportbedrijf.
- De **vrijtijdsbesteding** voor recreatief zwemmen.



SPORT, BEWEGEN & VITALITEIT

SPORT, BEWEGEN & VITALITEIT

In 2026 bouwt de afdeling verder op de stevige basis die in de afgelopen jaren is gelegd. We werken met regisseurs op diverse domeinen, een team van uitvoerende buurtsportcoaches en een aantal specialisten die werken aan essentiële randvoorwaarden. Onze afdeling Sport, Bewegen en Vitaliteit zet sport en bewegen in als middel om gezondheid, plezier en sociale samenhang voor alle inwoners van Lelystad te verhogen. We zijn dé regisseur en uitvoerder: bij ons komt alles samen als het gaat om sport en bewegen met maatschappelijk rendement.

Dit jaar zetten we in op vernieuwing en versterking. Zo introduceren we het keurmerk voor sportverenigingen, en starten er binnen Sociaal Vitaal nieuwe groepen in nieuwe wijken, terwijl we onze bestaande groepen continueren via 'wijk in Beweging'. Voor de jeugd breiden we het programma School & Omgeving fors uit. Samen met scholen maken we gezondheid onderdeel van het dagelijks leven door te werken aan de transformatie naar 'gezonde school van de toekomst'.

We beïnvloeden actief de fysieke leefomgeving dat deze aantrekkelijk wordt om in te sporten en bewegen. In de openbare ruimte blijven we investeren in kansrijke plekken en kansrijke sporten. Daarnaast scherpen we onze aanpak richting kwetsbare inwoners verder aan. Daar zit nog steeds de meeste beweegarmoede. We gaan met behulp van data gericht communiceren en koppelen inwoners actief aan bestaande regelingen en voorzieningen. Om vraag en aanbod te verbinden versterken we bestaande middelen zoals ons digitale platform sportinlelystad.nl en ontwikkelen we nieuwe middelen zoals een aanlegtoets.

KORTOM: IN 2026 VERNIEUWEN EN VERSTERKEN WE ONZE INZET EN ZORGEN WE DAT STEEDS MEER INWONERS VAN LELYSTAD PROFITEREN VAN DE POSITIEVE EFFECTEN VAN SPORTEN EN BEWEGEN.

DE DOELSTELLINGEN VOOR DE AFDELING SPORT, BEWEGEN EN VITALITEIT IN 2026 ZIJN:



15.000

BEWEEGMOMENTEN JEUGD

(kennismaking, projecten, activiteiten)



7 groepen

Sociaal Vitaal: continueren van beweeggroepen en opstarten in 4 nieuwe wijken



20.000

BEWEEGMOMENTEN SENIOREN



12 verenigingen

MET EEN KEURMERK

DOORONTWIKKELING URBAN SPORTEN MET:

600 deelnemers

Street League (wijktrainingen, competitie, toernooien, workshops)

650 deelnemers

3x3 Basketball (competitie, regio-event, wijkactiviteiten, school basketbal, vakantie activatie)

150 deelnemers

Boules In Je Buurt

OPENBARE RUIMTE :



20

Beweegactiviteiten

20 nieuwe beweegactiviteiten in de openbare ruimte

AANGEPAST SPORTEN:



15

verenigingen

15 verenigingen die zich doorontwikkelen op het gebied van aangepast sporten

DE BELANGRIJKSTE PROJECTEN VAN DEZE AFDELING IN 2026 ZIJN:

- **Sportkennismakingsprogramma Jeugd** Koningsspelen, Scholierensport, Sport op School, Sportfestival
- **Naschools beweegprogramma PO en VO** School & Omgeving
- **Sociaal Vitaal**
- **Ontwikkelen beweegapp voor ouderen**
- **Keurmerk voor sportverenigingen lanceren**
- **Aanbod URBAN en openbare ruimte versterken** Street League voetbal, 3x3 Basketball, Jeu De Boules
- **Structureel maken financiering** volwassenenfonds i.s.m. gemeente



DE KRITISCHE SUCCESFACTOREN IN 2026 ZIJN:

- Kwalitatieve doorontwikkeling van de samenwerking met verenigingen scholen en maatschappelijke partners
- Het vinden en behouden van goed personeel



BEDRIJFSVOERING

BEDRIJFS- VOERING

De afdeling bedrijfsvoering is een ondersteunende afdeling. De afdeling is erop gericht om de administratieve, financiële en organisatorische processen zo effectief en efficiënt mogelijk te laten verlopen. De afdeling is ondersteunend op de gebieden financiën, ICT&Data, personeelszaken en facilitaire diensten. We gaan onderzoeken hoe AI ons bedrijfsbreed kan ondersteunen in de bedrijfsvoering.

Personeel vormt een cruciaal onderdeel van de dienstverlening die we leveren. Vandaar dat werven, behouden en ontwikkelen van personeel prioriteit heeft. We werken resultaatgericht, waardoor er een platte organisatiestructuur is waarbij de lijnen kort zijn.

DE BELANGRIJKSTE RESULTATEN VOOR DE AFDELING BEDRIJFSVOERING IN 2026 ZIJN:



Opstellen en uitvoeren van actieplan MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen).



Opstellen en uitvoeren van actieplan n.a.v. uitkomsten Medewerkers Tevredenheid Onderzoek (MTO).



Opstellen plan t.b.v. realisatie HPO-organisatie.



De kern- en merkwwaarden zijn in de organisatie geïmplementeerd.



Juiste verwerking van de BTW in de (financiële) administratie ivm BTW-belaste exploitatie per 1/1/2026.



Goedgekeurde jaarrekening 2025.



Handhaven ziekteverzuim < 5%.



Het beleid rondom de medewerkersreis (on- offboarding) wordt geupdated.

DE BELANGRIJKSTE PROJECTEN IN 2026 ZIJN:

- > Onderzoek naar **betere financiële verantwoording & controle van de subsidiestromen** in de boekhouding vanwege de toename van het aantal en de hoogte van de subsidies en projecten.
- > Onderzoek naar eventuele **overstap andere Pay roll organisatie**.
- > **CRM oplossing** sportaanbieders.
- > Ontwikkeling **Digifit** programma voor medewerkers.

DE KRITISCHE SUCCESFACTOREN IN 2026 ZIJN:

- > Expertise op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.
- > Het voldoende **Digifit** zijn van medewerkers.



MARKETING

De afdeling heeft in 2025 een ondersteunende rol naar de andere afdelingen van Sportbedrijf Lelystad vervuld. Door een flexibele opstelling, hoge gedrevenheid, snel schakelen en oplossingsgerichtheid is het gelukt vele activiteiten met succes te promoten. De lancering van de nieuwe website en de daaraan gekoppelde webshop geven ons meer tools om data te meten. Met de succesvolle promoties en behaalde resultaten in 2025 is een solide basis gelegd.

In 2026 verschuift de rol van marketing naar een meer strategische, proactieve en verbindende positie binnen het MT, met als doel om meer inwoners van Lelystad te inspireren en motiveren om in beweging te komen.



2030: **8.300**

De ambitie is helder: in 2030 willen we 8.300 extra Lelystedelingen activeren.

Om dat te bereiken, wordt gewerkt aan een overkoepelende marketingstrategie, ondersteund door een strategische jaarkalender en doelgerichte campagnes. De focus ligt op doelgroepen met de grootste groeipotentie, waarbij data-analyse en doelgroepinzicht centraal staan. Marketing wordt daarmee een leidende kracht in positionering, conversie en klantbeleving.

DE BELANGRIJKSTE DOELSTELLINGEN VOOR DE AFDELING MARKETING EN COMMUNICATIE IN 2026 ZIJN:

Ontwikkelen en implementeren van een overkoepelende marketingstrategie



- > Focus ligt op groeipotentie van doelgroepen en omzetgroei bij producten.

Versterken van datagedreven werken door opbouw van een centrale database



- > Door opbouw van een centrale database met doelgroepprofielen krijgen we inzicht in doelgroepgedrag en bouwen we aan een salesfunnel op de zogenoemde 'question marks'.

Versterken van de positionering van Sportbedrijf Lelystad



- > Door middel van inspirerende, aansprekende campagnes, zichtbaarheid op evenementen en consistente merkcommunicatie versterken we onszelf als aanjager van sport en beweging in de stad.

Verduidelijken van de rol van marketing binnen de organisatie en versterken van de interne samenwerking



- > Marketing vervult een leidende rol in positionering, conversie en klantbeleving. De samenwerking met andere afdelingen wordt verstevigd door één overkoepelende jaarkalender op product- of doelgroepniveau.





DE GROOTSTE PROJECTEN VOOR DE AFDELING MARKETING EN COMMUNICATIE IN 2026 ZIJN:

1

OPZETTEN VAN EEN DATABASE MET DOELGROEPPROFIELEN OM QUESTION MARKS TE MOTIVEREN IN BEWEGING TE KOMEN EN BLIJVEN.

2

ONTWIKKELING EN UITVOERING VAN CAMPAGNES GERICHT OP GROEIPOTENTIE VAN DE BEWEEGDOELGROEP (SB&V) EN PRODUCTEN (ES).

3

VERSTERKEN VAN BEREIK VIA DIGITALE COMMUNICATIEKANALEN (WEBSITE, NIEUWSBRIEF, SOCIAL MEDIA)

4

ORGANISATIE EN PROMOTIE VAN VIER GROTE PROFILERINGSEVENTS, TE WETEN: SPORTVERKIEZINGEN, URBAN SUMMER CHALLENGE, BACK2SPORT EN WINTERSPORTFESTIVAL.

DE KRITISCHE SUCCESFACTOREN IN 2026 ZIJN:

- > **Een gedragen en duidelijke marketingstrategie**
Zonder strategie blijft marketing reactief. Een heldere koers zorgt voor focus, consistentie en impact.
- > **Verbeterde interne samenwerking en rolverduidelijking**
Marketing moet strategisch samenwerken met de andere afdelingen. Heldere rolverdeling voorkomt versnippering en versterkt gezamenlijke uitvoering.
- > **Gebruik van data voor inzichten gerichte communicatie**
Succesvol activeren begint met inzicht. Door data te verzamelen, analyseren en vertalen naar gerichte campagnes, bereiken we doelgroepen effectiever en vergroten we sportdeelname.
- > **Sturing op de overkoepelende jaarkalender**
Vergroot focus en effect, vermindert kans op concurrent van jezelf zijn.

Jaarplan 2026

KOPLOPER IN SPORT, BEWEGEN EN VITALITEIT

November 2025

Sportbedrijf Lelystad

www.sportbedrijf.nl

info@sportbedrijf.nl



**SPORT
BEDRIJF**
LELYSTAD