



Dwars door bubbels spetteren



Plan Burgerinitiatief
Openluchtbad Veghel

Mei 2025

Inleiding:

Hierbij ontvangt u ons plan.

Sinds 2023 zien we ontwikkelingen:

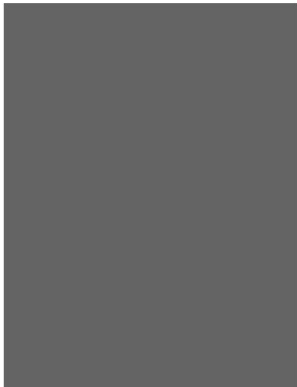
- De publieke opinie verandert: de seizoenopening van buitenbaden is primetime nieuws op de nationale zender; in alle dagbladen verschijnen artikelen over de waarde van openluchtbaden, ons openluchtbad wordt genoemd in het boek “De mooiste 50 meter buitenbaden van Nederland”, auteurs [REDACTED] en [REDACTED], april 2025.
- We zien dat de waardering voor gebouwen uit de jaren zestig van de vorige eeuw groeit: van verouderd naar retro.
- We hebben kennis genomen van de toekomstvisie van de gemeente Meierijstad, waarin Veghel als dé groeikern aangewezen wordt.

Daarnaast hebben we zelf ook stappen gezet:

De vraag zou niet moeten zijn of we het bad moeten behouden, maar vooral hoe we het kúnnen behouden. BI heeft daarom dit seizoen de samenwerking gezocht met Sportfondsen om tot een toekomstvisie te komen die enerzijds betaalbaar is voor de gemeenschap en anderzijds alle inwoners meer teruggeeft in waarden die er in deze onzekere tijden steeds meer toe doen. Denk aan ontmoeting, ontspanning, plezier, vakantie in eigen gemeente, gezondheidswinst.

Waar we eerst een lobbygroep waren, die aandacht vroeg voor het openhouden van het bad (zie rapport Treem) zijn we uitgegroeid naar een Burgerinitiatief* en klaar om eventueel de omslag te maken naar een stichting of vereniging met een bestuur wat de exploitant wil ondersteunen daar waar mogelijk en verantwoord.

Burgerinitiatief Openluchtbad Veghel



*In dit plan wordt het Burgerinitiatief met de afkorting BI aangeduid.

Ons plan:

- BI wil samen met Sportfondsen werken aan de doelstellingen die wij onszelf hebben opgelegd.

Het BI wordt een stichting of vereniging.

In de komende jaren willen we duidelijke stappen realiseren met jaarlijks een tussenevaluatie waarin we de vooruitgang toetsen en eventuele nieuwe activiteiten gaan ontwikkelen.

De doelen die we willen realiseren:

1. Toename van het aantal bezoekers.
2. Toename van abonnementhouders, dat is immers een financiële basisgarantie.
3. Permanente Marketing & Promotie via sociale media, flyers etc. (zie bijlage, p. 6)
4. Door de inzet van vrijwilligers (bemensing receptie, kiosk, PR, assisteren bij activiteiten, klein onderhoud.
5. Meer maatschappelijke impact: toename van het aantal sociaal-maatschappelijke initiatieven op het terrein van het zwembad. Diversiteit in activiteiten verhoogt het bezoekersaantal.
6. Uitbouwen van samenwerking met lokale organisaties, meer betrokkenheid van inwoners. Samenwerking met partners in de vrijetijdssector. Contacten met scholen, jongerenwerk, wijkverenigingen.
7. Andere inkomstenbronnen genereren, bijv. donateursprogramma "Vrienden van", sponsoring, crowdfunding etc.
8. Stagiaires inzetten. Bijvoorbeeld, leerlingen die zorgen voor frisse (muur-)schilderingen, meehelpen bij de schoonmaak van de bassins en onderhoud van het terrein.
9. Nieuwe activiteiten blijven ontwikkelen en deze beter te vermarkten door aanwezigheid op sociale media en internet, persberichten schrijven etc. Daarnaast activiteiten voor doelgroepen organiseren.

Onze visie: dwars door bubbels spetteren

BI ziet het openluchtbad als een maatschappelijke voorziening, waar mensen van verschillende bevolkingsgroepen, leeftijden en leefstijlen elkaar ontmoeten, sportief bezig kunnen zijn, maar ook kunnen ontspannen in een natuurlijke omgeving.

Het openluchtbad Veghel is een retro bad wat prachtig in het groen ligt. Het 50-meter bad is het meest waardevolle deel van het openluchtbad.

De bassins zijn de grootste attractie, BI ziet meer waarde in het vergroten van het aantal activiteiten en het zorgen voor goede zitplaatsen zodat mensen elkaar kunnen ontmoeten, dan in uitgebreide vernieuwingen van het bad.

Ouderen komen als ze gezellig kunnen 'buurten' met een kopje koffie, kinderen komen als er een leuke activiteit georganiseerd wordt. Dat is niet alleen goedkoper, maar ook afwisselender dan een fancy splash-baan of iets dergelijks.

Het plan wat we nu hebben neergelegd gaat echter uit van een bestendige exploitatie en doorontwikkeling met verantwoorde kosten. Het doel is de maatschappelijke impact te vergroten.

Wat we tot nu toe gedaan hebben:

BI is in gesprek gegaan met Sportfondsen.

Het blijkt nadat Laco is overgenomen door Sportfondsen, een partij die veel meer sociaal maatschappelijk betrokken is, waar andere beleidskeuzes gemaakt worden. Sportfondsen is een partij die wil investeren in de toekomst, ook zij zoeken de samenwerking en zijn bereid aan de lange termijn te denken.

Omdat de toekomst van het bad nog niet zeker is, is er in gezamenlijk overleg besloten dit seizoen een aantal activiteiten op de kalender te zetten, bedoeld om de volgende doelen te bereiken:

-Meer bekendheid voor het bad.

-Imagoherstel; van passieve houding naar een actieve ondernemende houding waar men gastvrij ontvangen wordt en een ieder zich welkom voelt.

De rol van het BI is contacten leggen met de partijen en ondersteunen bij het organiseren van activiteiten. Daarbij maakt BI gebruik van haar netwerk om tot mooie samenwerkingen te komen met als doel continuïteit voor de komende 10 jaren.

Iedereen die benadert wordt toont interesse waardoor dit seizoen onderstaande activiteiten al gerealiseerd gaan worden:

- Dauwzwemmen
- Open dag reddingsbrigade
- Blauw Geel komt zwemmen na het taarten tournooi en als teamuitje
- Nautilus verenigingsavond
- Fioretti Discozwemmen
- Basisscholen Discozwemmen
- Fioretti schoolzwemmen
- Fioretti Triathlon
- De Kluis 2 dagen wipe-out en sport

Basisscholen hebben interesse in sportdagen. Te denken valt ook aan een samenwerking met Bouwdorp, een extra sport/spelweek in de vakantie in samenwerking met leerlingen van Fontys. Kortom BI krijgt heel veel input van enthousiaste (toekomstige) gebruikers!

Waarbij geleerd wordt van deze try-outs en het doel is de komende jaren e.e.a. verder uit te rollen!

Van Burgerinitiatief naar Stichting of Vereniging

Nadat er meer duidelijkheid is over de toekomst van het openluchtbad, zal het BI een stichting of vereniging gaan vormen.

De huidige deelnemers van het BI zullen het bestuur vormen, diverse commissies leiden (PR- Activiteiten- Vrijwilligers) en werken aan uitbreiding van de vrijwilligersgroep.

Wij zien veel enthousiasme en vertrouwen er op dat we snel kunnen uitbreiden naar een grotere vrijwilligersgroep.

Afhankelijk van het ambitieniveau van de gemeente zien we de volgende keuzes:

- willen we in de lokale zwembehoefte voorzien in een gemeente die substantiële groei?
- willen we ook een rol spelen in de toeristische profilering van de gemeente?

Als BI zouden we zeggen: beide!

In haar toekomstvisie stelt de gemeente Meierijstad immers te willen groeien naar een inwonersaantal van 100.000 in 2040.

“Veghel, de grootste kern van Meierijstad, maakt een substantiële stedelijke groei door. Meierijstad spreekt de ambitie uit om Veghel te transformeren tot een ‘bruisende stedelijke kern’ en daar is stedelijke groei voor nodig. ‘Innovatie, bedrijvigheid en modern wonen komen hier samen. Door te investeren in hoogwaardige infrastructuur, duurzame woonprojecten, klimaatadaptatie en aantrekkelijke voorzieningen, creëren we een waardige stad. Zowel inwoners als bedrijven kunnen hier floreren. In deze stedelijke groei nemen we ook ontwikkeling van natuur en de vergroening van Veghel mee’, schrijft de gemeente in de toekomstvisie. Burgemeester [REDACTED] zegt daarover: “We groeien naar meer dan 100.000 inwoners. De verstedelijking concentreren we vooral in Veghel. Daar bevindt zich veel bedrijvigheid waar veel mensen werken.”

Maar... alleen huizenbouw zal niet voldoende zijn, dit vraagt ook investeringen in de randvoorwaarden om prettig te wonen, in allerlei voorzieningen en mogelijkheden tot sport- en ontspanning. Waarbij een openluchtbad er een van kan zijn! Het draagt bij aan ontmoeting, integratie en gezondheid.. én het IS er al!!

Vergezicht

Na het bepalen van de ambitie kan een passend businessmodel gekozen worden. Wij schetsen hier bijvoorbeeld twee businessmodellen: ‘belevingsbad’ en ‘lokale leisure hub’.

Na het vaststellen van het businessmodel dienen de stakeholders gezocht te worden. Stakeholders waarmee het businessmodel kan worden versterkt en waarmee een duurzame samenwerking wordt gebouwd.

1. Belevingsbad: In dit model staat het creëren van een beleving centraal. Hierbij kan men denken aan het organiseren van activiteiten met een aantrekkingskracht waarvoor de doelgroep naar het zwembad wil komen. Dit zou ook buiten het seizoen om kunnen gebeuren. Bijvoorbeeld een winterbootcamp, waarbij het zwembad gebruikt wordt als locatie. De start en finish van een evenement (bv 4 daagse). Foodtruck festival met speciaal thema. Een stadscamping.
2. Lokale leisure hub: In dit concept wordt het zwembad een centraal punt waar natuurbeleving en duurzaamheid centraal staan. Vanuit een goede horeca vormt het zwembad het startpunt voor allerlei activiteiten, zoals wandel- en fietstochten, andere sportactiviteiten als tennis of survival, speelvoorzieningen. Belangrijk startpunt is de ontmoetingsmogelijkheid op terras en in het restaurant. Hierin zou je nog verder kunnen gaan door ook een grote kantine te realiseren waarvan omliggende clubs, voetbal, hockey, tennis, gebruik gaan maken (ledenaantallen lopen ook daar terug evenals het aantal vrijwilligers = gezamenlijk gebruik.) Beetje het Multi-Park idee, maar dan niet alles op de schop maar het openluchtbad als uitgangspunt gebruiken en vandaaruit verder bouwen. Dus niet

wachten tot het Multi-Park een uitgewerkt 'plan' heeft, maar het openluchtbad in stand houden en als middelpunt gebruiken en vandaaruit uit waaiëren en tot een herindeling van de omliggende sporten, sportvelden, parkeermogelijkheden, recreatie te komen.

3. Een Stadscamping.

4. Multipark

Mooie visie waar het zwembad in hoort. Wij lopen vooruit op deze toekomstmuziek door de samenwerking te zoeken met alle betrokken verenigingen om ook gebruik te maken van het zwembad. SAMENWERKEN, alleen loop je sneller, samen loop je verder!

Tot slot:

U ziet dat wij na 5 jaar gegroeid zijn naar een stevige betrouwbare partner. Wij zijn geen eendagsvlieg, integendeel. Mensen benaderen ons om iets bij te dragen aan het behoud van het zwembad. Wij denken dit de komende 10 jaar te kunnen borgen met nieuwe ledenaanwas en zullen daar ook actief op sturen.

Een betaalbaar buitenbad van grote meerwaarde voor Meierijstad. We staan nu op een punt waarop u keuzes moet maken voor de toekomst van het zwembad. Samen met Sportfondsen hebben wij heel veel vertrouwen in een mooie sportieve toekomst!

PR – Plan Openluchtbad Veghel

Doel van PR:

- Bekendheid, zichtbaarheid vergroten
- meer abonnementen verkopen
- gevoel van “het bad is van ons, inwoners”, vergroten
- meer diverse gebruikersgroepen binnenhalen

Onderwerp:	Vorm:	Wie benaderen?
Informatie delen	Website van Sportfondsen Website van gemeente Facebook Instagram Tik tok	Sportfondsen Gemeente Sportfondsen/burgerinitiatief Sportfondsen/burgerinitiatief Sportfondsen
Bewegwijzering	borden, banners	Sportfondsen, gemeente, sponsor (WIM?)
Advertenties	in de plaatselijke media van Bernheze, Meierijstad, Uden	Sportfondsen
	Posters en flyers (met QR-code!)	Ontwerp en drukwerk: Sportfondsen Ophangen/leggen bij - scholen - winkels - wijkcentra - bieb - recreatie/campings - sportscholen -
Aangepaste abonnementen	Bedrijfsabonnementen	Bedrijven Instellingen (BrabantZorg, onderwijs...)
	Leerlingabonnementen	VO-Veghel Basisonderwijs
	Verenigingen	Nautilus Reddingsbrigade Brandweer Defensie-Volkel
	Korting-als je bij ons lid bent- abonnementen	Sportscholen Verenigingen
	Subsidie voor minima	Gemeente/burgerinitiatief
	Vrienden-van-abonnement	Inwoners
	Sponsorabonnementen	Bedrijven