Samenvatting
De afgelopen periode hebben we belangrijke stappen gezet in de verdere ontwikkeling van de Sportraad Rijswijk. Wat begon met het verbeteren en actualiseren van de website, groeide uit tot een bredere professionaliseringsslag waarin inhoud, structuur, positionering, communicatie en uitstraling steeds meer één geheel zijn gaan vormen. Daarbij is niet alleen gekeken naar wat er op de website staat, maar nadrukkelijk ook naar hoe de website is opgebouwd: een logischere navigatie, een duidelijke plek voor de vier thema's, nieuws, kennis, ondersteuning en praktische informatie, een herkenbare opbouw van pagina's en duidelijke routes voor verschillende doelgroepen. Daarmee is de website veranderd van een verzameling informatiepagina's naar een samenhangend lokaal sportplatform.
Tegelijkertijd is met de ontwikkeling van het sportloket Rijswijk een volgende stap gezet. De huidige website vormt daarvoor steeds meer het inhoudelijke en structurele fundament: één herkenbare plek waar sportclubs, sporters en partners informatie, kennis, hulpmiddelen, ondersteuning en de juiste contacten kunnen vinden. Juist daarom zijn ook missie, visie, ambities, doelgroepen, thema's, communicatie, beeldtaal en beeldmerken opnieuw naast elkaar gelegd en waar nodig aangescherpt en geüniformeerd.
Deze ontwikkeling is ook te zien als een vorm van 'groot onderhoud' die periodiek nodig is. Eens in de ongeveer vijf jaar is het logisch om opnieuw te beoordelen of de koers van de Sportraad Rijswijk, de inhoud én structuur van de website en de manier waarop we ons presenteren nog goed bij elkaar passen. De overgang van de ambities 2022–2026 naar 2027–2035 vormt daarvoor een natuurlijk moment. Het gaat daarbij niet om een nieuwe Sportraad Rijswijk of een andere koers, maar om het actualiseren, ordenen en verder professionaliseren van wat de afgelopen jaren is opgebouwd, zodat er voor de komende periode één heldere, herkenbare en toekomstbestendige basis ligt.

Stapsgewijs, maar onlosmakelijk verbonden
Groot onderhoud ↔ website herstructureren ↔ lokaal sportplatform ↔ fundament sportloket ↔ missie/visie/ambities actualiseren ↔ doelgroepen uniformeren ↔ communicatie en beeldtaal borgen.

De kern van wat is gedaan
De Sportraad Rijswijk is van een verzameling websitepagina's, thema's, teksten en losse communicatiemiddelen ontwikkeld naar één samenhangend lokaal sportplatform, waarbij missie, visie, doelgroepen, thema's, communicatie, huisstijl en het toekomstige sportloket steeds vanuit dezelfde identiteit en logica worden opgebouwd.

En misschien nog scherper:
De website is niet alleen geüpdatet, maar feitelijk zijn positionering en herkenbare identiteit van de Sportraad Rijswijk opnieuw geordend. Het sportloket wordt daar nu de volgende praktische uitwerking van.

Zie document: SR Website | Persbericht
Zie website: https://www.sportraadrijswijk.nl/nieuws-alles-over-sport-in-rijswijk-op-een-plek-sportraadrijswijknl

1. Van website naar volwassen lokaal **sportplatform**
   Eerste stap was het kritisch doorlichten en verbeteren van sportraadrijswijk.nl. Daarbij zijn niet alleen teksten aangepast, maar zowel de functie als de structuur van de website veranderd:
   - van een voornamelijk informatieve website over de Sportraad Rijswijk;
   - naar een thema- en kennissite;
   - vervolgens naar een bruikbare lokale sportsite;
   - en uiteindelijk naar een volwassen lokaal sportplatform met nieuws, kennis, ondersteuning en verwijzingen voor de Rijswijkse sport.

   Daarbij is ook de structuur van de website opnieuw opgebouwd en vereenvoudigd.
   De hoofdnavigatie en homepage zijn logischer ingericht, onderwerpen zijn duidelijker gegroepeerd en de vier thema's hebben een herkenbare en meer uniforme opbouw gekregen. Informatie is minder versnipperd en bezoekers worden via duidelijke ingangen, verwijzingen en CTA's sneller naar relevante kennis, ondersteuning, hulpmiddelen en organisaties geleid. De structuur is daarmee steeds meer ingericht vanuit de vraag "waar is de bezoeker naar op zoek?" in plaats van vanuit de interne organisatie van de Sportraad Rijswijk.
   De vier thema's Inclusieve Sport, Positieve Sport, Vitale Sport en Leven Lang Bewegen zijn daarnaast inhoudelijk aangescherpt, beter opgebouwd en veel praktischer gemaakt met hulpmiddelen, opleidingen, checks, websites, video's, fondsen en duidelijke CTA's.
   Daarmee zijn de themapagina's niet langer vooral beschrijvend, maar steeds meer praktische kennis- en ondersteuningspagina's voor sportclubs en sporters.
   Juist de combinatie van inhoud, structuur en gebruiksgemak heeft ervoor gezorgd dat de website zich heeft ontwikkeld van een verzameling losse informatiepagina's naar één samenhangend lokaal sportplatform en daarmee een steeds steviger fundament vormt voor het toekomstige sportloket Rijswijk.

15/07/26 **Was sportraad Rijswijk site**	**25/08/26 (wat is)** **Is lokaal sportplatform**	**Waarom beter**
Website over de Sportraad Rijswijk	**Lokaal sportplatform voor Rijswijk**	Niet de organisatie, maar **sporters en sportclubs** staan steeds meer centraal.
Missie en algemene informatie op homepage	Vind jouw sport + Uitgelicht + nieuws + agenda	Bezoekers zien sneller **wat ze kunnen doen en wat er speelt**.
Vier vooral informatieve thema's	Vier praktische themapagina's met acties, ondersteuning, Sportcafés en kennisbank	Van **lezen over een onderwerp** naar **ermee aan de slag kunnen**.
Overzicht sportaanbod	Doorzoekbaar lokaal sportaanbod met circa 180 mogelijkheden van 104 aanbieders	Inwoners kunnen daadwerkelijk **een passende sport zoeken en vinden**.
Vooral verwijzen naar externe informatie	Eigen kennisplatform met fondsen, organisaties, documenten en thematische kennisbanken	Relevante informatie staat **gebundeld op één plek** in plaats van versnipperd.
Geen duidelijke ondersteuningsroute	Verenigingsondersteuning met concrete onderwerpen en contactpersonen	Een bestuurder weet nu niet alleen *wat* hij kan doen, maar ook **wie kan helpen**.
Activiteiten Sportraad Rijswijk beperkt zichtbaar	Sportcafés gekoppeld aan de vier thema's	De site laat beter zien **wat de Sportraad daadwerkelijk organiseert en in beweging brengt**.
Navigatie vooral vanuit de organisatie gedacht	Steeds meer onderscheid tussen Thema's – Voor sportclubs – Over de Sportraad Rijswijk	De structuur sluit beter aan op **de vraag van de bezoeker**.
Nieuws als communicatie	Actueel Rijswijks sportnieuws en nieuwsbrieven als onderdeel van het platform	De website wordt een plek om **regelmatig terug te komen**, niet alleen om de Sportraad Rijswijk op te zoeken.

Zie document: SR Website | analyse 90 | 260825
Zie website: www.sportraadrijswijk.nl

2. De website als **fundament** voor het **sportloket**
   Vervolgens is de vraag verschoven van "hoe maken we een goede website?" naar: Hoe maken we hiervan één herkenbare plek waar sportclubs daadwerkelijk verder worden geholpen?"
   Daaruit is het concept sportloket Rijswijk verder ontwikkeld. Daarbij is onder andere gewerkt aan:
   - de positionering van het sportloket;
   - de verhouding tussen Sportraad Rijswijk, gemeente, SBG/VO en andere partners;
   - één herkenbare toegang voor clubs;
   - kennisbank, ondersteuning, subsidies, hulpmiddelen en contactmogelijkheden;
   - de club als primaire gebruiker;
   - de gewenste uitstraling: toegankelijk, warm, professioneel, menselijk en vooral niet overheidsachtig;
   - de rol van het sportloket voor inwoners die sport- en beweegaanbod zoeken.

   Daarbij is bewust vastgehouden aan "sportclub" als begrijpelijke hoofdterm, in plaats van allerlei institutionele termen als sportaanbieder

Zie document: Sportloket_260811_Kick Off
Zie website: www.sportraadrijswijk.nl

3. Missie, visie en ambities opnieuw **in lijn** gebracht
   Tijdens dit proces bleek dat de oude missie en visie inhoudelijk nog steeds goed passen, maar qua taal en positionering niet meer volledig aansloten bij wat de Sportraad Rijswijk inmiddels is geworden.
   - De oorspronkelijke missie was al sterk en is overeind gebleven: Iedereen in Rijswijk kan sporten en bewegen.
   - De visie was behoorlijk institutioneel geformuleerd: belangenbehartiging, kennisoverdracht en gevraagd en ongevraagd adviseren.
   - Die is teruggebracht tot een begrijpelijker en actueler verhaal: De Sportraad Rijswijk helpt sportclubs en sporters sterker te worden. We delen kennis, signaleren wat er speelt, verbinden partijen, brengen relevante onderwerpen onder de aandacht en organiseren bijeenkomsten met en voor de Rijswijkse sport.

   Daarmee zijn ook de vijf kernwaarden veel meer de werkwoorden van de organisatie geworden: Signaleren - Verbinden - Stimuleren - Informeren - Adviseren.
   Ook de ambities zijn opnieuw tegen het licht gehouden. De overgang van 2022–2026 naar 2027–2035 markeert daarbij geen koerswijziging, maar een volgende ontwikkelfase.
   - Ambities 2022–2026 – opbouwen en verbinden
   - Ambities 2027–2035 – verdiepen, ontsluiten en versterken

Zie document: SR Missie&Visie
Zie website: https://www.sportraadrijswijk.nl/missie-en-visie

4. Doelgroepen en terminologie **geüniformeerd**
   Ook de doelgroepindeling is opgeschoond en begrijpelijker gemaakt. Waar eerder gesproken werd over bijvoorbeeld verenigingen, initiatieven, professionals en individuen, is een duidelijkere indeling ontwikkeld:
   - Primair: sportclubs, sporters, sportevents en sportprofessionals.
   - Secundair: gemeente Rijswijk, sportlocaties en sport- en maatschappelijke organisaties.

   Daarmee sluit de taal op de website, in plannen én straks in het sportloket veel beter op elkaar aan.

Zie document: SR Missie&Visie
Zie website: https://www.sportraadrijswijk.nl/missie-en-visie

5. Communicatieplan opnieuw **opgebouwd**
   Parallel hieraan is het Communicatieplan 2026–2035 ontwikkeld en definitief gemaakt. Dat plan borgt wat op de website feitelijk al bestond. Belangrijke keuzes daarin zijn onder meer:
   - de website als centrale communicatie- en kennisomgeving;
   - communicatie positief, toegankelijk, praktisch en op ongeveer B1-niveau
   - herkenbare communicatie voor de verschillende doelgroepen en vier thema's;
   - Sjablonen aangepast aan (nieuwe) huisstijl:
     - SR Brief

- SR Document
- SR Memo
- SR Vergadering-Datum
- SR Presentatie.pptx
- SR Header.png/jpg

- SEO zo inrichten dat onderwerpen ook logisch herleidbaar zijn naar doelgroepen en thema's;
- duidelijk eigenaarschap van AVG/privacy bij één van de betrokken entiteiten;
- een consistente koppeling tussen nieuws, website, bijeenkomsten, nieuwsbrief en sociale media.

Het communicatieplan is daarmee geen los communicatiedocument geworden, maar de communicatieve vertaling van missie, visie en sportplatform (als opmaat naar sportloket).

Zie document: SR Communicatieplan 2026-2035
Zie website: www.sportraadrijswijk.nl

6. Eén visuele Sportraad Rijswijk-**identiteit** ontwikkeld
   Tegelijk is ook de visuele versnippering aangepakt en een vaste huisstijl neergezet met:
   - Sportraad Rijswijk-blauw #466FB5
   - Sportraad Rijswijk-groen #94C354
   - wit, lichtblauw, lichtgroen en donkergrijs als ondersteunende kleuren.

   Daarnaast is steeds meer een vaste beeldtaal ontwikkeld:
   - echte sporters en mensen centraal;
   - herkenbare sportclubs en beweegsituaties;
   - inclusief en positief beeld;
   - veel beeld, weinig tekst;
   - standaardformaten zoals 1:1, 1:3, 9:16 en 16:9;
   - voor ieder thema een herkenbare header/banner;
   - dezelfde stijl voor missie, visie, kernwaarden en thema's;
   - consequenter gebruik van beeldmerken en visuele elementen.

   Daardoor ogen website, thema's, presentaties en andere communicatie inmiddels alsof ze van één organisatie komen, in plaats van losse producten die door de jaren heen zijn ontstaan.

Zie document: SR Communicatieplan 2026-2035
Zie website: www.sportraadrijswijk.nl