



KORFBALVERENIGING SCHELDEVOGELS
BERGEN OP ZOOM

WINNEN DOEN WE SAMEN!

**BELEIDSPLAN 2020 – 2025
KV SCHELDEVOGELS**



Inhoudsopgave

INLEIDING.....	3
1. MISSIE EN VISIE	4
Visie.....	4
Missie	4
2. WINNEN DOEN WE SAMEN	5
3. LEDENBEHOUD.....	6
Huidige stand van zaken	6
Kernpunten	7
Ledenbehoud algemeen	7
Ledenbehoud Jeugd.....	8
Ledenbehoud jonge Senioren	8
Ledenbehoud middengroep Senioren	9
Ledenbehoud oudere Senioren	9
4. LEDENWERVING.....	10
Omgevingsfactoren.....	10
Hoe, wat, waar, wanneer?.....	11
5. INZET VRIJWILLIGERS	12
Huidige situatieschets vrijwilligers in commissies	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Huidige situatieschets overige commissies	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Nieuwe manieren van werven	12
BIJLAGEN	14
Bijlage 1: VERENIGING IN CIJFERS.....	14
Bijlage 2: SPEERPUNTEN PENNINGMEESTER EN FINANCIËN.....	16
Bijlage 3: SPEERPUNTEN TECHNISCHE COMMISSIE (TC)	17
Bijlage 4: SPEERPUNTEN PR COMMISSIE	18
Bijlage 5: SPEERPUNTEN ACTIVITEITENCOMMISSIE (AC)	19
Bijlage 6: SPEERPUNTEN HORECACOMMISSIE (HC).....	21
Bijlage 7: SPEERPUNTEN ONDERHOUDSCOMMISSIE (OC)	22
Bronvermelding	23

INLEIDING

Historie

Korfbalvereniging Scheldevogels is opgericht op 19 september 1977. Bijna 43 jaar verder, na jaren vertoeven op Sportpark Rozenoord in de provisorische (maar geliefde) kantine 'De Vogelkeet', is K.V. Scheldevogels sinds 2005 te vinden op het moderne sportpark de Staakberg aan de noordkant van Bergen op Zoom. Met een prachtig kunstgrasveld en uitwijkmogelijkheden naar een naastgelegen grasveld, op een goede locatie nabij de randweg, is de vereniging er in de loop van de jaren aanzienlijk op vooruit gegaan.

Heden

Scheldevogels is een gemengde korfbalvereniging die al bijna 40 jaar actief is in de competitie van het KNKV. Het eerste team speelt wedstrijdsport, de overige teams zijn actief in de breedtesport. Het samendoen, het wij-gevoel en de onderlinge solidariteit staan centraal.

Naast het aanbieden van korfbal in competitieverband is Scheldevogels zich gaan richten op doelgroepen die wel willen korfballen in groepsverband, maar niet kunnen of willen deelnemen aan een competitie, zoals KombiFit en de Kangoeroe Klup.

Toekomst

Om een gezonde, stabiele vereniging te zijn en te blijven, is er een goede basis nodig. Dit beleidsplan moet hieraan een belangrijke bijdrage leveren. Door samen na te denken over de toekomst van de vereniging, de kansen en risico's onder ogen te zien én te weten wat de sterke en zwakke punten zijn, is er een duurzaam plan ontstaan dat de komende 5 jaar als leidraad moet dienen voor het bestuur en de commissies. Dit plan is geen 'ijzeren wet' maar dient jaarlijks geëvalueerd en kan indien noodzakelijk bijgesteld te worden.

Omdat een beleidsplan al snel een heel taai en theoretisch stuk kan worden, is er dit keer gekozen voor een wat andere opzet. Om de leesbaarheid te verhogen, zijn in de hoofdstukken de hoofdlijnen beschreven, en kan men voor meer verdieping en details kiezen om de bijlagen erbij te pakken.

Het bestuur hoopt op deze manier een handzaam stuk af te leveren, dat er keer op keer bij gepakt kan worden en dat in dienst staat van de commissies en de leden.

1. MISSIE EN VISIE

Sportverenigingen anno nu zijn een onderdeel van een voortdurend bewegende samenleving. De club ervaart een veranderende vraag van de leden en potentiële leden. Openheid, uitnodigend zijn voor iedereen die wil sporten en bewegen en ondernemend genoeg om kansen te signaleren en te benutten, dat kenmerkt een open club (voorclubs.sport.nl, 2020).

Korfballvereniging Scheldevogels wil een traditionele korfballvereniging zijn, die korfball aanbiedt als wedstrijdsport, breedtesport en nevenactiviteit. Het is gericht op iedereen die de korbalsport wil beoefenen of daar een bijdrage aan wil leveren. Het accent ligt daarbij op het wij-gevoel, de vrijwilliger staat centraal, grote betrokkenheid en het sociale karakter.

Op basis daarvan zijn er een visie en een missie geformuleerd.

Visie

Scheldevogels is een lokale korfballvereniging met een rijke historie waar het aanbieden van de korbalsport aan haar leden centraal staat. De vereniging is voor iedereen die de korbalsport wil beoefenen of daar een bijdrage aan wil leveren, toegankelijk. Naast de korbalsport worden ook diverse andere activiteiten aangeboden die als doel hebben de saamhorigheid te vergroten.

Scheldevogels is een open vereniging die midden in de samenleving staat. Scheldevogels is zich bewust van haar maatschappelijke positie. Binnen een veranderende samenleving zal Scheldevogels blijven strijden voor behoud van de eigen identiteit. Het is belangrijk dat leden zich thuis voelen en een grote betrokkenheid tonen bij de vereniging.

Missie

Scheldevogels wil een goed georganiseerde, financieel gezonde en lokaal georiënteerde korfballvereniging zijn met primair een gemengd karakter. De kenmerken voor Scheldevogels zijn plezier, prestatie en betrokkenheid.

Het doel is dat iedereen binnen de vereniging met plezier de korbalsport kan beoefenen op zijn of haar eigen niveau, waarbij voor zowel wedstrijdkorfbal als breedtekorfbal voldoende ruimte en aandacht is zonder dat persoonlijke belangen hierbij meewegen. Naast korfbal in competitievorm worden er korfbalgerelateerde vormen van sport, spel en beweging aangeboden.

Scheldevogels wil een vereniging zijn met een groot sociaal verenigingsleven waar de leden zich thuis voelen en leden ook bereid zijn om dit sociale karakter in stand te houden. De leden voelen een grote betrokkenheid met de vereniging.

2. WINNEN DOEN WE SAMEN

Voor de komende 5 jaar gaat het bestuur, naast alle reguliere activiteiten die doorgang moeten vinden, zich richten op de volgende drie beleidsthema's :



3 BELEIDSTHEMA'S

1. LEDENBEHOUD
2. LEDENWERVING
3. INZET VRIJWILLIGERS

Deze drie beleidsthema's zijn niet nieuw en behoeven al jaren aandacht. Om het beleidsplan niet alleen tot stand te laten komen op basis van de mening van het bestuur of van de verschillende commissies, is ervoor gekozen om te peilen wat er onder de leden leeft. Waar liggen de behoeftes? Wat zijn dingen die zij graag anders zien? Wat vinden zij juist leuk aan de vereniging?

Het bestuur en de voorzitters van de verschillende commissies zijn ter voorbereiding van dit beleidsplan in gesprek gegaan met alle leden én de ouders van de jeugdleden. Er zijn drie vragen aan hen voorgelegd in de context van de 3 genoemde beleidsthema's: ledenwerving, ledenbehoud, inzet vrijwilligers. Deze vragen waren:

- Waar moet de vereniging mee starten?
- Waar moet de vereniging vooral mee doorgaan?
- Waar moet de vereniging mee stoppen?

Deze input is zeer waardevol gebleken en heeft goed inzicht gegeven in wat men binnen deze vereniging belangrijk vindt en wat er gewaardeerd wordt. Daarnaast was het positief te concluderen dat er geen hele schokkende of verontrustende antwoorden naar voren zijn gekomen.

De input van de leden en ouders van de jeugdleden is verwerkt in het maken van het beleid op de drie beleidsthema's en in de speerpunten geformuleerd door de afzonderlijke commissies.

Want uiteindelijk is het heel simpel:

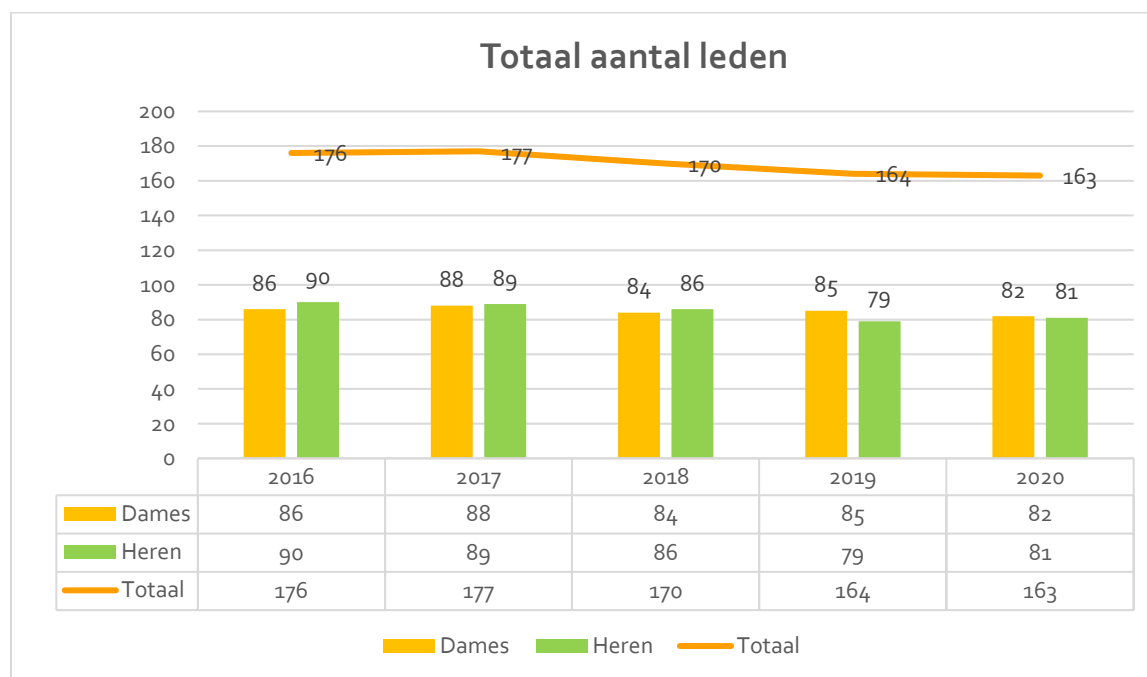
WINNEN DOEN WE SAMEN!

3. LEDENBEHOUD

De leden zijn de ruggengraat van de vereniging. Daarom is het van groot belang om de huidige leden te behouden. In de huidige samenleving is de vereniging minder vaak het middelpunt van iemands (sociale) leven dan voorheen. Mensen hebben over het algemeen drukker levens, werken vaak beiden en kinderen hebben vaak meerdere hobby's die in het weekend worden beoefend. Als vereniging is het niet mogelijk deze sociale beweging te veranderen. Wel kan de vereniging zodanig meebewegen, dat zij de best mogelijke positie bemachtigt om voor alle groepen leden hun leukste vrijetijdsbesteding te zijn.

Huidige stand van zaken

De afgelopen 5 jaar heeft het ledenverloop er als volgt uitgezien:



Deze getallen zijn verder gespecificeerd en te vinden in bijlage 1: Vereniging in cijfers.

Als we een korte analyse maken van het ledenverloop dan vallen de volgende zaken op:

- De afgelopen 2 jaar zien we een afname in leden
- Deze afname is met name terug te zien bij de jeugd. Uitzondering hierop zijn de heren binnen de groep D, E en F
- In 2018 is er een forse stijging te zien bij de senioren; het aantal seniorenleden is in 2019 stabiel gebleven
- Omdat het aantal leden in 2018 niet evenredig is gestegen met de toename aan seniorenleden, betekent dit dat het aantal jeugdleden dat jaar fors is afgenomen
- Het aantal Kangoeroes staat op een historisch dieptepunt

Kernpunten

De kernpunten die zijn geformuleerd, zijn de basis van het beleid op ledenbehoud. De speerpunten van de verschillende commissie zullen afgestemd zijn op deze kernpunten.



KERNPUNTEN LEDENBEHOUD

- 1. STABILISATIE TOTAAL AANTAL LEDEN**
- 2. VAN AANBODGERICHT NAAR VRAAG-GEORIENTEERD**
- 3. BEVORDEREN VAN TEAMGEVOEL EN SAAMHORIGHEID**

Ledenbehoud algemeen

Er wordt gestreefd naar stabilisering van het totaalaantal leden, waarbij stijging altijd een mooie bonus is. Voldoende aandacht voor de leden is een belangrijke bindingsfactor. Door in gesprek te blijven met de leden, vragen wat er onder hen leeft en wat hun mening over bepaalde vraagstukken is, worden de leden betrokken bij de vereniging.

Tijdige en duidelijke communicatie en informatie is een andere bindingsfactor. Er moet goed gezorgd worden voor de 'uithangborden'; dat wat leden en ouders zien (denk aan informatievoorzieningen via de juiste kanalen, schone accommodatie, wedstrijdkleding, opvang nieuwe leden, goede trainers).

Verder is het van belang om inzicht te blijven houden in de oorzaken van ledenverloop. Op basis hiervan kan gekeken worden hoe leden te binden, en kan er ingespeeld worden op de factoren die er nu nog voor zorgen dat leden stoppen.

De vereniging zal zich, naast het richten op 'binden', moeten transformeren van aanbodgericht naar vraag georiënteerd. Door in ieder geval in alle leeftijdscategorieën aanbod te behouden, wordt er gezorgd voor een geschikt aanbod voor alle leden. Hoe groter het aanbod is dat de vereniging de leden te bieden heeft, hoe groter de kans dat leden behouden worden voor de vereniging. Gelet op de maatschappelijke ontwikkelingen zoals eerder beschreven, zal de vereniging met een flexibele blik moeten kijken naar het korfbalaanbod binnen de vereniging, dat niet specifiek competitie gericht is. Hierbij zal bijvoorbeeld ingespeeld moeten worden op veranderingen door levensfasen (studie, kinderen krijgen, enz.).

Omgangsvormen en normen & waarden

Teamgevoel en saamhorigheid zijn belangrijke factoren waarom men kiest voor een teamsport. Bovendien draagt het bij aan ledenbehoud. Hier hoort ook sportiviteit en respect bij. Scheldevogels is een hechte vereniging waarbij men in principe met z'n allen staat voor sportief en verantwoord gedrag. Het is belangrijk om dat te bewaren; de verenigingscultuur is misschien wel de grootste kracht van onze vereniging.

Niet alleen sportiviteit en respect tijdens de wedstrijd, maar ook de sfeer in het clubhuis en de onderlinge omgang met elkaar binnen de vereniging zijn belangrijk. Helaas is dit niet altijd vanzelfsprekend en worden er ook binnen de vereniging wel eens de grenzen van de normen en waarden opgerekt; als er tijdens een verhit moment iets tegen elkaar wordt gezegd of als er een misplaatste grap wordt gemaakt. Het is daarom belangrijk dat er een open, informele cultuur is, waarbij men aangesproken kan worden op onsportief of ongepast gedrag.

Naast korfbalgericht 'binden', is het belangrijk om het ook gezellig te hebben náást het veld. Mensen kiezen niet voor niets voor een vereniging. Activiteiten die een bijdrage leveren aan het 'groepsgevoel' zijn dan ook essentieel. Het is van belang om regelmatig nevenactiviteiten te organiseren voor zowel (jeugd)leden, ouders, vrijwilligers en eventuele toeschouwers, waarbij het sociale aspect centraal staat.

Het is aan het bestuur en de commissies om alert te blijven om deze omgangsvormen en normen & waarden te bewaken.

TC:

- Investeren in technisch kader.
- In alle leeftijdscategorieën aanbod behouden.

PR:

Sociale media een nog centralere positie in laten nemen in de verenigingscommunicatie. Instagram en Facebook staan daarbij centraal.

AC / HC / OC:

- Activiteiten organiseren i.h.k.v. bevorderen van groepsgevoel.
- Zorgen voor een warme, open sfeer in het clubhuis.
- Materialen op orde houden.
- Zorgen voor een goed onderhouden accommodatie.

Ledenbehoud jeugd

Kernwoord hier is plezier. Leuke trainingen en plezier in de wedstrijden is de manier om jeugdleden te behouden. De trainer/coach draagt voor een groot deel bij aan het korfbalplezier van de jeugdleden. De trainer/coach is degene die steeds opnieuw voor uitdaging kan zorgen en de jeugd kan weten te prikkelen. Investeren in technisch kader is dan ook een must voor het behoud van jeugdleden.

Ouders zijn een doelgroep die vaak wordt vergeten bij ledenbehoud, maar zeker een belangrijke doelgroep om aandacht aan te besteden. Vooral bij de jongste leden spelen de ouders een grote rol als het gaat om ledenbehoud. Voelen ouders zich thuis bij de vereniging, dan is er al veel gewonnen. Het betrekken van ouders kan op vele verschillende manieren. Dit kan bijvoorbeeld door een praatje te maken met ouders van nieuwe leden, ouder/kind wedstrijden, korfbal/sportaanbod voor ouders of het maken van combinaties waarbij ouder en kind tegelijkertijd aan de vereniging gebonden worden.

Ledenbehoud jonge senioren

Jongeren zijn voor de meeste verenigingen de meest lastige doelgroep om te behouden, aangezien deze doelgroep aan veel veranderingen en nieuw aanbod blootgesteld wordt door school, studie, bijbaantjes, nieuwe vrienden/vriendinnen, etc. Het is belangrijk om in te steken op jongerenparticipatie; dit is niet alleen geschikt om jongeren te werven als vrijwilliger voor de vereniging, maar ook om jongeren voor de vereniging te behouden, door ze te betrekken bij de vereniging, ze waardevol te laten zijn en voelen voor de vereniging, waardoor het verantwoordelijkheidsgevoel van jongeren groeit. Daarnaast is het

belangrijk om de communicatie met deze doelgroep te laten verlopen via de kanalen die zij het meest gebruiken op een manier die hen aanspreekt.

Ledenbehoud middengroep senioren

Binnen deze leeftijdscategorie bevindt zich een belangrijk deel van het sportkader (trainers en commissieleden). Deze groep is van belang voor het draaiende houden van de vereniging en dus is het tevens van belang om het ledenaantal binnen deze groep op peil te houden. Dit is echter ook een bevolkingsgroep die het veelal druk heeft met werk, huishouden en kinderen. Dit maakt het verleidelijk om over te stappen naar een meer individuele sport met een meer vrijblijvend karakter. Scheldevogels zal als vereniging in moeten spelen op de behoefte van deze groep om hen als lid te behouden. Dit kan bijvoorbeeld door te kijken naar meer flexibele vormen van korfbal, zoals het al bestaande KombiFit, maar ook andere opties exploreren zoals bijvoorbeeld midweekkorfbal of een zogenoemd 'zaalteam'. Voor de communicatie richting deze doelgroep is het erg belangrijk verschillende kanalen te gebruiken. Een klein deel heeft bijvoorbeeld de digitale overstap nog niet gemaakt en haalt zijn/haar informatie uit het clubblad, terwijl de ander het clubblad nooit leest.

Ledenbehoud oudere senioren

Voor de oudere senioren ligt de focus meer op blijven bewegen voor een gezonde levensstijl en een sociaal netwerk onderhouden. Door aan te sluiten bij de behoeften van deze groep, zorg je ervoor dat zij bij de vereniging betrokken blijven. Deze binding is belangrijk voor het vrijwilligerswerk dat zij vaak uitvoeren. Deze groep senioren speelt graag laagdrempelig breedtekorfbal in competitievorm of trainen bij KombiFit. Vanwege de vergrijzing van de samenleving, is de verwachting dat deze groep groter wordt. Een andere ontwikkeling is dat mensen op oudere leeftijd vaker fit en actief blijven. Een passend aanbod kan ervoor zorgen dat leden langer behouden blijven voor de vereniging. Nieuwe initiatieven, zoals OldStars walking korfbal voor 60+ers, zijn belangrijk om te onderzoeken en te kijken of dit iets is dat past bij Scheldevogels.

TC:

- Inspelen op de behoeften qua korfbalaanbod.
- Ouders betrekken.
- Insteken op jongerenparticipatie.

PR:

Verenigingsapp ontwikkelen die de komende jaren het verenigingsblad (gedeeltelijk) vervangt, waardoor iedereen snel en juist verbonden blijft met de vereniging.

AC:

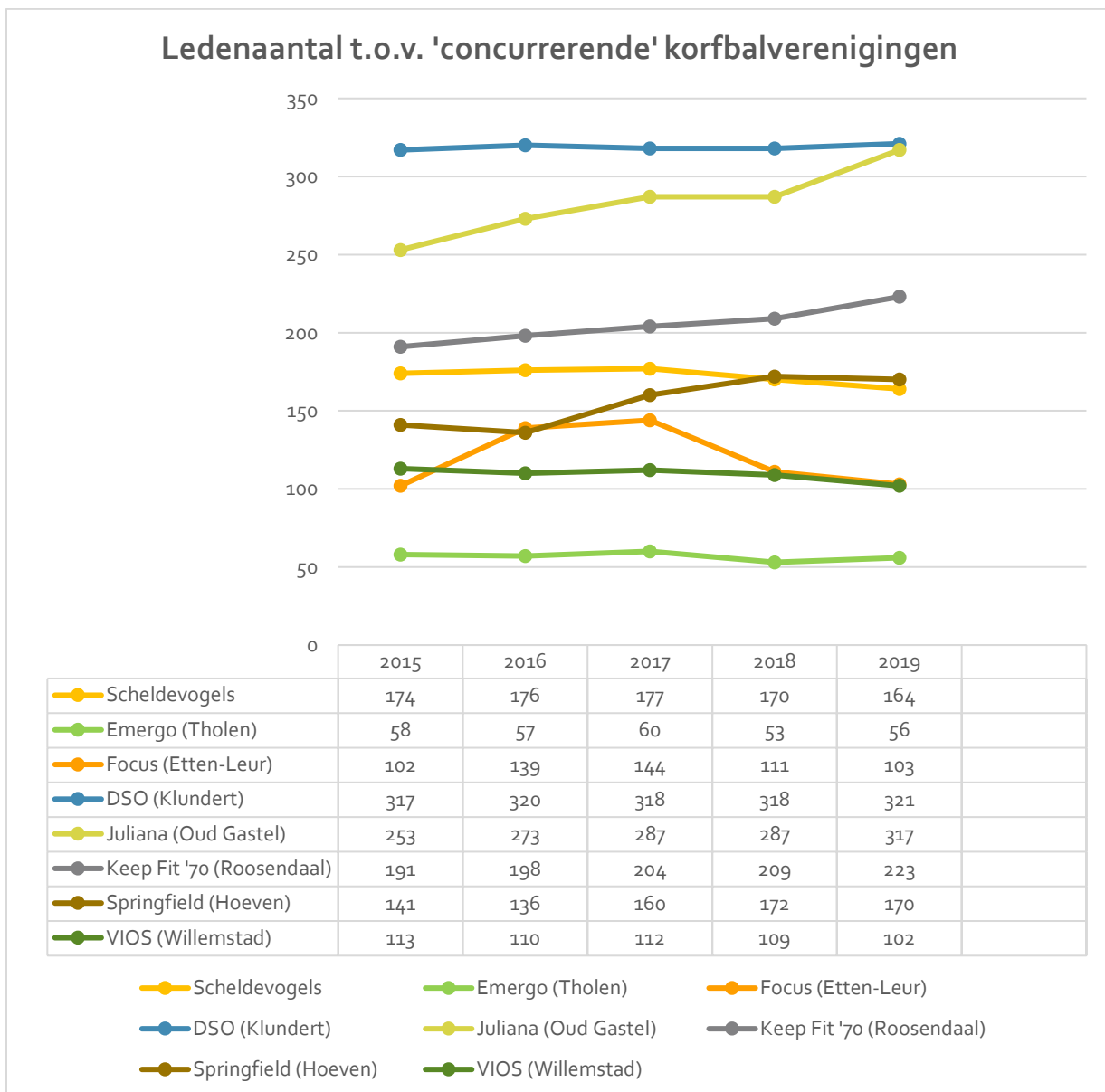
Activiteiten organiseren die aansluiten bij de interesses van de verschillende doelgroepen.

4. LEDENWERVING

De omstandigheden voor een vereniging als Scheldevogels zijn niet makkelijk. Verenigingen krijgen steeds meer te maken met concurrentie van bijvoorbeeld sportscholen en steeds meer mensen kiezen voor ongebonden sporten. Mensen die willen sporten zijn kritische consumenten geworden. Hoe beter de vereniging in weet te spelen op de wensen en behoeften van potentiële leden, hoe groter de kans is dat de potentiële leden zich verbinden aan de vereniging (KNKV.nl, 2020).

Omgevingsfactoren

Ten opzichte van korfbalverenigingen in de regio, is Scheldevogels een aardige middenmoter, zoals de volgende tabel laat zien.



Hoe, wat, waar, wanneer?

Scheldevogels streeft, zoals eerdergenoemd, naar een stabilisatie van het aantal leden voor de komende 5 jaar. Stabilisatie van het ledenaantal is belangrijk om bestaansrecht te behouden. Om stabilisatie te realiseren, moeten er actief leden worden geworven. Er zijn namelijk altijd leden die, ondanks alle inspanningen om ze te behouden, het lidmaatschap opzeggen en dit verlies dient aangevuld te worden.

Als het gaat om ledenwerving ligt de focus op de jongste jeugd. Bij deze groep jeugd schuiven de leden snel door naar oudere categorieën en zonder nieuwe leden zouden de jongste teams verdwijnen. Hier moet dus een continue instroom zijn. Omdat er onder de overige jeugdleden ook verloop is, doordat kinderen bijvoorbeeld verschillende sporten proberen, heeft ook de ledenwerving bij de overige jeugd prioriteit boven de senioren. Als de jeugd die doorstroomt naar de senioren behouden kan blijven, dan worden de seniorenteams voldoende aangevuld en heeft ledenwerving binnen de seniorengroep minder hoge prioriteit.

TC:

- Focus ledenwerving op de (jongste) jeugd.
- Succesvolle ledenwerfactiviteiten structureel herhalen.

PR:

De vereniging onder de aandacht brengen op de juiste plaats, via het juiste medium op het juiste moment.

AC:

Activiteiten organiseren waarbij introducees uitgenodigd mogen worden om ze te verleiden om aan te sluiten bij de vereniging.

Om voldoende leden binnen te gaan halen, zullen succesvolle ledenwerfactiviteiten zoals de vrienden- en vriendinnentraining, een structureel terugkerende activiteit worden. Samenwerking met en promotie op bijvoorbeeld scholen en zwembaden is een goede manier om kinderen te bereiken en zal dus altijd aandacht behoeven. Je kan hier bijvoorbeeld denken aan het geven van een korfbaltraining op de Staakberg of het uitdelen van flyers. Verder zal er gestimuleerd worden om naast de traditionele manieren om leden te werven, ook te experimenteren met minder voor de hand liggende of soms zelfs controversiëlere methodes zoals bijv. een 'aanbrengbeloning'. Na elke ledenwerfactiviteit dient geëvalueerd te worden of de investering opweegt tegen het resultaat. De PR heeft een grote rol bij ledenwerving, door de vereniging onder de aandacht te brengen via verschillende kanalen op de juiste plaats op het juiste moment.

5. INZET VRIJWILLIGERS

Een korfbalvereniging kan niet zonder vrijwilligers. Zij nemen vrijwel altijd een sleutelpositie in binnen de vereniging. Het zijn leden, die zich enkele of meerdere uren per week inzetten voor de club om korfballen en nevenactiviteiten mogelijk te maken (KNKV.nl, 2020). Bijna elke vereniging zit te springen om vrijwilligers. En ook als er voldoende vrijwilligers zijn, is het belangrijk om continu aandacht te blijven besteden aan het werven en behouden ervan.

De bezetting van de verschillende commissies binnen de verenigingen is goed. Bijna alle functies zijn vervuld en zodra er een functie vrij komt duurt het niet al te lang voor deze weer vervuld is.

Uitgangspunt is dat het bestuur verwacht dat alle leden (en ouders) binnen de vereniging hun steentje bij te draagt. Als er een analyse gemaakt wordt op basis van de huidige situatieschets, dan zijn er een aantal opvallende punten.

- In de praktijk zijn het vaak dezelfde mensen, die meerdere taken op zich nemen en zijn er een aantal die dit niet doen. Het bestuur wil toe naar een eerlijkere verdeling van de taken.
- Ook zijn er bepaalde taken, waarvoor het moeilijk is voldoende mensen te vinden. Een 'zorgenkindje' is de arbitrage. Scheidsrechters zijn een belangrijke spil om de korfbalsport te kunnen beoefenen. De druk op de huidige poule scheidsrechters is hoog. Zij worden iedere week ingepland, soms zelfs voor twee wedstrijden per zaterdag. Om te voorkomen dat hier uitval ontstaat en om de groep scheidsrechters minder kwetsbaar te maken, heeft het opleiden en werven van scheidsrechters prioriteit binnen het vrijwilligersbeleid.

TC:

- Begeleiding en ondersteuning arbitrage, trainers / coaches.
- Proactieve benadering ouders om hun talenten te benutten en in te zetten waar mogelijk

PR:

De sponsorinkomsten zijn momenteel een fors onderdeel van de begroting en staan onder druk. Wij streven naar gelijkblijvende inkomsten t.o.v. 2020, maar een verschuiving naar "slimme" activiteiten die relatief het meeste geld opbrengen. Geld moet bij niet leden worden geworven.

AC:

Inzetten van niet commissieleden en ouders op projectbasis.

Nieuwe manieren van werven

Met de huidige manier van werven van vrijwilligers zal er niet voldaan worden aan de vraag en zal de druk bij de huidige vrijwilligers alleen maar hoger worden. De voorkeur heeft een persoonlijke benadering en het streven naar de juiste persoon voor de juiste taak. Daarnaast zal er geëxperimenteerd gaan worden met andere, nieuwe manieren van het werven van vrijwilligers. Opties zijn:

- Onderzoek doen naar het belonen van vrijwilligers.

- Meer ouders inzetten op niet korfbal gerelateerde taken (zie ook 'ledenbehoud jeugd'; door ouders te binden, behoud je jeugd en vice versa).
- 'Vacatures' opstellen en publiceren via de verschillende kanalen.
- Een vrijwilligerscoördinator aanstellen.

Deze opties zullen de komende jaren verder bestudeerd en mogelijk verder uitgewerkt worden. Hoe dan ook zal er een omslag in het denken moeten gaan plaatsvinden en zal de vereniging een ontwikkeling door gaan maken op het gebied van vrijwilligersbeleid.

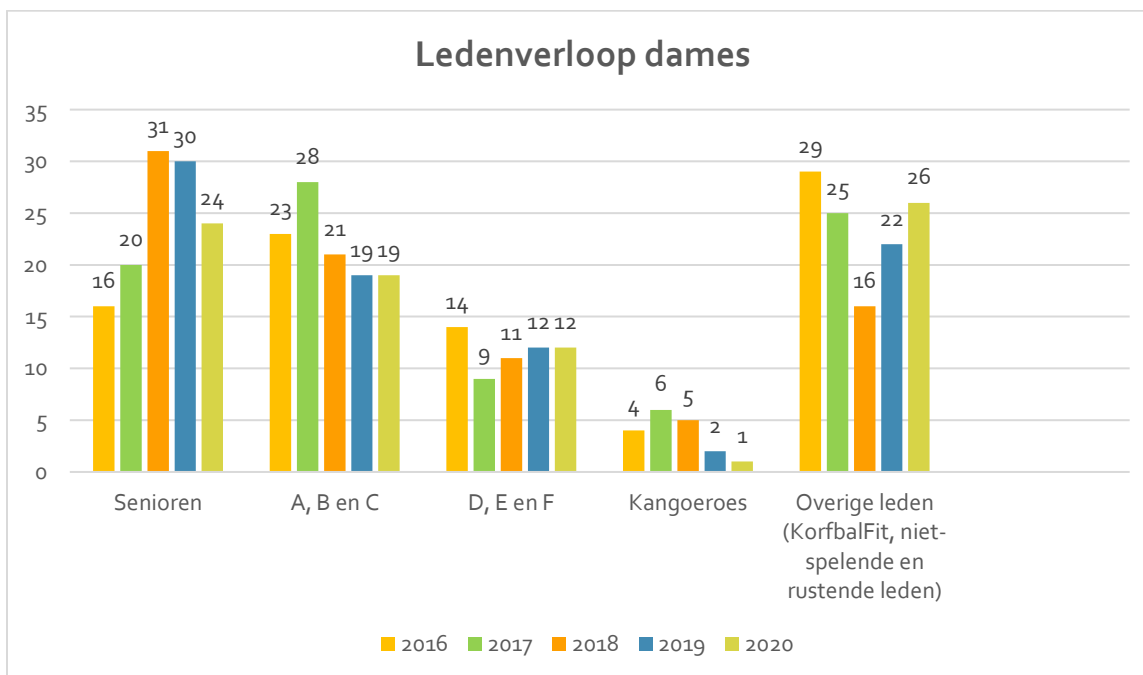
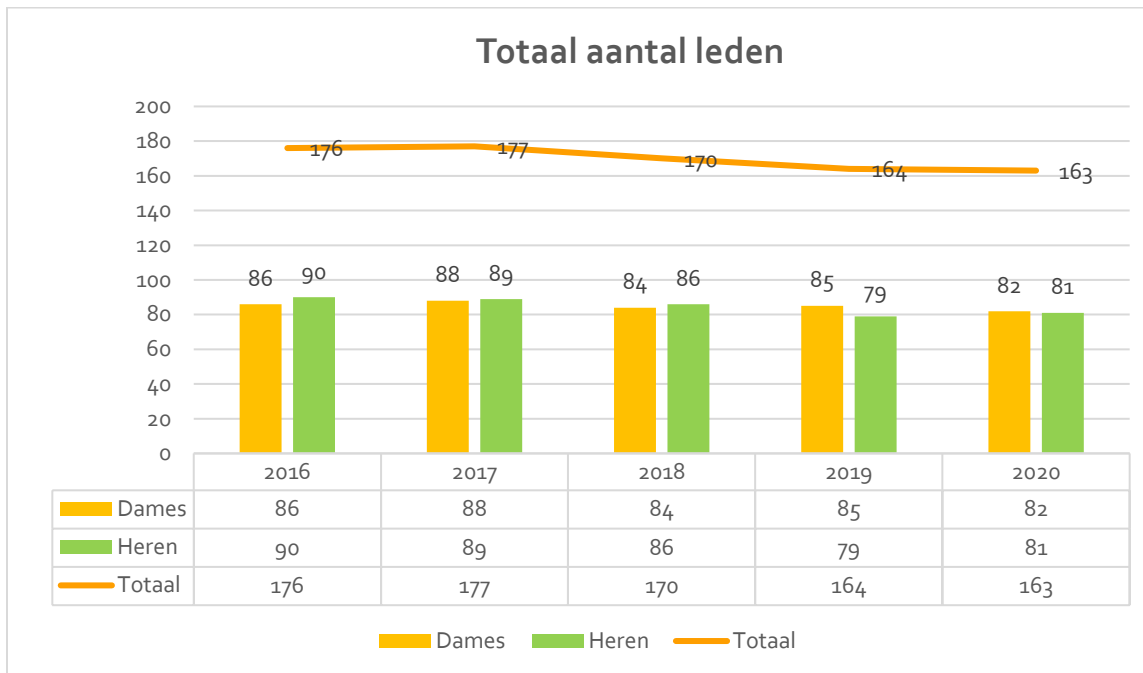


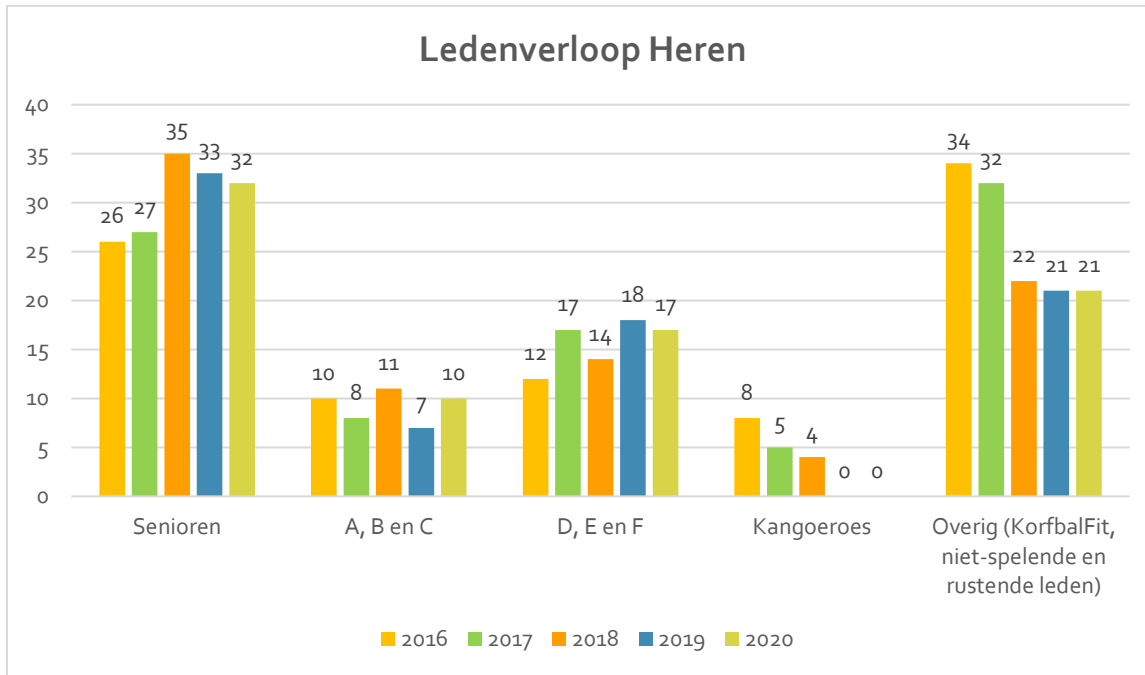
KERNPUNTEN INZET VRIJWILLIGES

1. **JUISTE PERSOON VOOR DE JUISTE TAAK**
2. **NIEUWE MANIEREN VAN WERVEN**
3. **INZET VRIJWILLIGERS BUITEN DE COMMISSIES**

BIJLAGEN

Bijlage 1: VERENIGING IN CIJFERS 2020





Bijlage 2: SPEERPUNTEN PENNINGMEESTER EN FINANCIËN

De financiën van onze vereniging zijn op orde en de vereniging heeft een goede buffer (eigen vermogen) om tegenvallers op te kunnen vangen. Het jaarlijkse resultaat staat echter onder druk door de ontwikkelingen in leden en daarmee contributie, sponsor- en andere inkomsten en anderzijds de kosten. De (beperkte) verliezen van afgelopen jaren zijn ten laste gegaan van het eigen vermogen. Die manier van financieren is door de gezonde buffer nog wel een aantal jaren vol te houden, maar is niet oneindig. Daarom moet er aan een aantal zaken verder gewerkt worden, met als uitgangspunt gezond te blijven en continuïteit te kunnen waarborgen.

Jaarlijks wordt een begroting opgesteld en die wordt door de JAV goedgekeurd. Deze begroting kijkt één jaar vooruit. Er wordt de komende beleidsperiode naast deze (gedetailleerde) jaarbegroting ook gewerkt met een meerjarenbegroting, om bredere ontwikkelingen in financiën weer te geven.

In die meerjarenbegroting zullen er onder andere de volgende aspecten naar voren komen:

- Verwachte opbrengen en kosten
- Impact van (reguliere) investeringen
- Gewenste en minimale grootte van het eigen vermogen (buffer)
- Juiste balans tussen contributie en andere inkomsten. Op dit moment worden extra inkomsten gebruikt om het verlies te verlagen, terwijl ernaar gestreefd wordt om met extra inkomsten ook extra activiteiten te kunnen doen.

Deze meerjarenbegroting wordt een belangrijk instrument om de gezondheid van de financiën inzichtelijk te maken en te sturen.

De drie thema's (ledenbehoud, ledenwerving en inzet van vrijwilligers) zoals beschreven in dit beleidsplan zijn ook vanuit financieel oogpunt belangrijk. Immers meer leden betekent meer inkomsten. Om de realisatie van deze drie thema's te kunnen bekostigen zal ook geld beschikbaar moeten worden gesteld. Het bestuur is van mening dat onze huidige positie ons in staat stelt om te investeren in deze thema's. Als we bijvoorbeeld kwalitatief goede trainers willen, zullen we daar ook een trainerscursus voor moeten betalen. De exacte kosten die hiermee gemoeid zullen zijn, zijn nu nog niet te voorspellen. Daarvoor gaan onze commissies eerst aan de slag met het verder concretiseren van deze plannen. Maar in deze fase kan er al wel aangegeven worden dat de bereidheid er is jaarlijks extra in te investeren in de thema's. De kosten die hiermee gemoeid zijn zullen apart zichtbaar gemaakt worden in de begrotingen. Dat kan bijvoorbeeld door het resultaat te splitsen in een operationeel resultaat uit alle reguliere activiteiten en de extra inkomsten en uitgaven gericht op de drie thema's. Uitgangspunt is en blijft dat het operationele resultaat uit de reguliere activiteiten neutraal / positief is.

Het gros van de kosten van de vereniging wordt jaarlijks geïndexeerd, bijv. KNKV afdrachten, zaal- en veldhuur, verzekeringen, etc. Het is daarmee logisch ook de contributies jaarlijks te indexeren. Het indexeren van de contributie leidt in de basis dus niet tot een hoger operationeel resultaat, maar is enkel een compensatie voor de toegenomen (reguliere) kosten. Veranderingen in de contributie worden, in overeenstemming met de statuten, jaarlijks aan de JAV ter goedkeuring voorgesteld. Naast indexatie kunnen er ook andere redenen zijn om een dergelijk voorstel te doen.

Bijlage 3: SPEERPUNTEN TECHNISCHE COMMISSIE (TC)

LEDENBEHOUD

- Investeren in technisch kader.
- In alle leeftijdscategorieën aanbod behouden.
- Insteken op jongerenparticipatie.
- Inspelen op de behoeften qua korfbalaanbod.
- Ouders betrekken.

LEDENWERVING

- Focus ledenwerving ligt op de jeugd (van jong naar oud).
- Succesvolle activiteiten om leden te werven, jaarlijks op de agenda zetten.

INZET VRIJWILLIGERS

- Begeleiding en ondersteuning arbitrage, trainers / coaches.
- Proactieve benadering ouders om hun talenten te benutten en in te zetten waar mogelijk.



DOELSTELLINGEN:

- In elke leeftijdscategorie van de jeugd minimaal één team deel laten nemen aan de competitie.
- Bij de E en de F streven naar minimaal twee teams per categorie.
- Bij alle jeugdteams streven naar twee trainers/coaches.
- Senioren 1 speelt wedstrijdsport en heeft een vaste (betaalde) trainer.
- De overige seniorenteams spelen breedtesport, hebben een vaste trainer en indien noodzakelijk en mogelijk een coach.
- Streven naar een extra team in de wedstrijdsport.
- Het korfbalaanbod sluit aan bij de behoeften van de spelers.
- Het activeren van zoveel mogelijk leden om zich in te zetten als scheidsrechter, beoordelaar, wedstrijdbegeleider, trainer of coach.
- De KangoeroeKlup nieuw leven inblazen.
- De kwaliteit en het plezier van de jeugd verhogen ten behoeve van behoud.
- Voldoen aan de arbitrageregels die het KNKV opstelt



UITVOERING:

- Het jaarlijks laten terugkeren van leden wervende activiteiten bij de jeugd (bijv. vriendjes/vriendinnetjesdag). Focus wervende activiteiten ligt in eerste instantie op de jongste jeugd (E, F en Kangoeroes); daar waar kinderen kiezen voor een sport na bijv. hun zwemdiploma. Deze groep legt de basis. Daarna inzetten op werving op de D-jeugd en hoger om de teams verder aan te vullen en zo mogelijk naar twee teams uit te breiden.
- Ouders betrekken bij de vereniging door bijvoorbeeld een ouder-kind wedstrijd te houden.
- Ouders persoonlijk benaderen en vragen naar hun talenten en mogelijkheden om hun bijdrage te leveren aan de vereniging en betrokkenheid te creëren.
- Jaarlijks individuele gesprekken met spelers om te inventariseren wat de wensen en behoeften zijn.
- Inzetten op jongerenparticipatie door het aanbieden van opleidingen voor scheidsrechter/beoordelaar en trainer/coach cursus aan de leden vanaf 15 jaar.
- Op basis van het inventariseren van redenen van opzegging, nazorg leveren en zo mogelijk samen tot een oplossing komen.
- Een jeugd-specifiek technisch beleid schrijven ter ondersteuning van de trainers en coaches met in put van de trainers en coaches

Bijlage 4: SPEERPUNTEN PR COMMISSIE

LEDENBEHOUD

Sociale media moet een nog centralere positie in gaan nemen in de verenigingscommunicatie. Instagram en Facebook staan centraal. Doel is minimaal 3 vaste social media 'reporters' aan te stellen, die content maken voor de social media kanalen.

LEDENWERVING

De digitale ontwikkelingen gaan zo snel dat er op korte termijn behoefte is aan meer digitale communicatie. Een app moet de komende jaren het verenigingsblad (gedeeltelijk) vervangen, waardoor iedereen snel en juist verbonden blijft met de club. Dit bevordert ook het behoud van leden en een goede communicatie omtrent de inzet van vrijwilligers.

INZET VRIJWILLIGERS

De sponsorinkomsten zijn momenteel een fors onderdeel van de begroting en staan onder druk. Wij streven naar gelijkblijvende inkomsten t.o.v. 2020, maar een verschuiving naar "slimme" activiteiten die relatief het meeste geld opbrengen. Geld moet bij niet-leden worden geworven.



DOELSTELLINGEN:

- Om Scheldevogels op regelmatige basis, in een zo breed mogelijke zin van het woord, positieve naamsbekendheid te geven onder leden en niet-leden.
- Extern: zichtbaarheid, op regelmatige basis, in de lokale en digitale media vergroten, gericht op de speerpunten uit dit beleidsplan:
 1. Het doffe imago van korfbal ontcrachten; Gezelligheid en goede sfeer van de vereniging uitstralen
 2. De korfbalsport en de vereniging promoten onder oud-korfballers en niet-korfballers via de lokale en digitale media
- Intern: Sterke communicatie organiseren via de communicatiemiddelen die onder de PR-commissie vallen, gericht op het cultiveren van het 'wij-gevoel'. Strakke opvolging van de GDPR wetgeving is van groot belang.
- Jeugd: het werven van nieuwe jeugdleden door de naamsbekendheid te vergroten via de gemeente, scholen en andere, relevante instanties. Dit gebeurt in samenspraak met de TC.
- Het organiseren van geldwervende acties om inkomsten te genereren, die minimaal gelijk zijn aan de jaarlijkse vastgestelde begroting. Doel is om deze minimaal gelijk te houden ten opzichte van 2020 en dit voornamelijk bij niet-leden te werven.
- Shirtsponsoring voor alle teams realiseren en andere manieren van sponsoring uitbreiden.
- Het stimuleren van een universele, herkenbare (digitale) huisstijl van de vereniging, onder andere door middel van de wedstrijd kleding, (online) design-elementen en drukwerk.



UITVOERING:

Communicatie & imago:

- Lokale media, zoals kranten, regelmatig voeden met wedstrijdverslagen en nieuws over de vereniging.
- Jeugd: op regelmatige basis communicatiematerialen (flyers, foto's, filmpjes) voorzien voor ledenwerving onder de lokale jeugd. Deze richt zich op zowel praktische zaken (o.a. aanspreekpunten, trainingstijden) als beleving ("korfbal is vet").
- Het tweewekelijks uitbrengen van het clubblad en het onderhouden van de website en ClubTV.
- Ontwikkelen van een app of platform om de leden digitaal te informeren (richtjaar 2023).
- Het onderhouden van de sociale mediakanalen van de vereniging, zoals de facebookpagina en Instagrampagina volgens de GDPR wet. Social media staat centraal in het promoten van het verenigingsimago. LinkedIn zal worden onderzocht voor verbinding met niet-leden en (potentiële) sponsors. Doel is om minimaal 3 'reporters' aan te stellen die actief content maken en verzamelen voor de social media.

UITVOERING (VERVOLG):

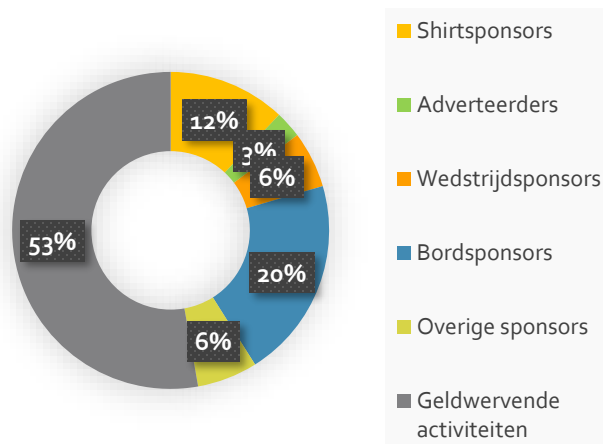
Communicatie & imago:

- Uiterlijk 2021 een nieuwe huisstijl van Scheldevogels ontwerpen.
- Het jaarlijks nemen van teamfoto's van alle teams en deze publiceren op relevante media.
- Het ondersteunen van andere commissies bij het werven van deelnemers voor activiteiten van deze commissies. Het doel hiervan is een hogere opkomst en 'groepsgevoel' bij deze activiteiten die moeten zorgen voor een positief verenigingsgevoel

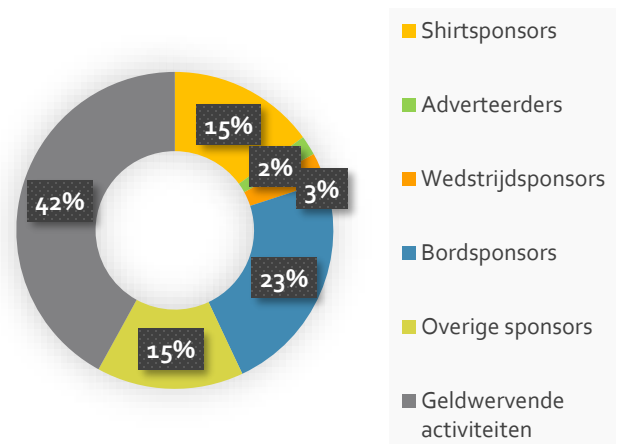
Sponsoring en geldwerving:

- Het initiëren en uitvoeren van overige geldwervende activiteiten zoals bijvoorbeeld, maar niet uitsluitend de organisatie van: lotenverkoop, rommelmarkt of inzameling van oud papier.
- Contacten onderhouden met bestaande sponsors en het werven van nieuwe sponsors met als doel het bedrag aan sponsorgelden te ontvangen dat in de jaarlijkse begroting is ingediend. Geldwervende activiteiten, zoals oud papier en de Vriendenloterij leveren elk jaar minder geld op. Dit geldt ook voor de wedstrijdssponsors. Daardoor zal worden gestreefd de herkomst van de inkomsten te verschuiven, om toch aan het totale begrotingsbedrag te komen. **Zie tabellen hieronder, 'Inkomsten PR'.** Er zal met name naar andere sponsorinkomsten worden gezocht, zoals sponsoring van ClubTV, het sponsoren van evenementen en/of donateurschappen door bedrijven.
- Voor het werven van nieuwe sponsors zal actief een beroep worden gedaan op leden van onze vereniging. Via bestaande (zaken)relaties, werkgevers, familie, et cetera van leden is het gebleken makkelijker sponsors te werven dan via 'koude acquisitie'.
- Voor minimaal 50% van de thuiswedstrijden in de zaal een wedstrijdssponsor vastleggen. Voor deze thuiswedstrijden van het 1^e team verzorgt de PR commissie flyers en randactiviteiten.
- Minimaal 1x per jaar de adverteerders van het clubblad bezoeken en waar nodig afgevalen adverteerders vervangen.

Inkomsten PR 2019-2020



Doel Inkomsten PR 2024-2025



Bijlage 5: SPEERPUNTEN ACTIVITEITENCOMMISSIE (AC)

LEDENBEHOUD

- Activiteiten organiseren i.h.k.v. bevorderen van groepsgevoel.
- Activiteiten organiseren die aansluiten bij de interesses van de verschillende doelgroepen.

LEDENWERVING

Activiteiten organiseren waarbij introducees uitgenodigd mogen worden om ze te verleiden om aan te sluiten bij de vereniging.

INZET VRIJWILLIGERS

Inzetten van niet commissieleden en ouders op projectbasis.



DOELSTELLINGEN:

- Activiteiten organiseren in het kader van het bevorderen van het groepsgevoel.
- Genoeg variatie verzorgen in activiteiten die worden georganiseerd en aansluiting zoeken bij de interesses van de verschillende doelgroepen.
- Meer binding creëren tussen verschillende leeftijden binnen de vereniging.
- Het optimaal benutten en inzetten van de kwaliteiten van de AC-leden.
- Leden verleiden om deel te nemen aan meerdere activiteiten.
- Niet-leden laten kennis maken met onze vereniging.



UITVOERING:

- De activiteitenwens van de leden meenemen in het besluit voor de planning van de activiteiten voor dat seizoen en zorgvuldig bekijken welke activiteiten grote kans van slagen hebben.
- Het tijdig promoten van activiteiten die op de planning staan in samenwerking met de PR door gebruik te maken van de beschikbare media.
- Activiteiten organiseren waar meerdere leeftijdscategorieën bij vertegenwoordigd zijn.
- Feedback vragen aan zowel aanwezige leden als niet aanwezige leden na een activiteit.
- Attributen aanschaffen wanneer dat nodig is om een activiteit te laten slagen.
- Vragen om hulp van niet AC-leden wanneer dat nodig is.
- Zorgen dat de activiteit aansluit op de leeftijdscategorie waar deze voor bedoeld is.
- Bij activiteiten, waar het gewenst is, niet-leden uit te nodigen om als introducee mee te gaan met een lid van de vereniging.

Bijlage 6: SPEERPUNTEN HORECACOMMISSIE (HC)

LEDENBEHOUD

Zorgen voor een warme, open sfeer in het clubhuis.

LEDENWERVING

Zorgen voor een warme, open sfeer in het clubhuis.

INZET VRIJWILLIGERS

Bezetting barpersoneel op peil houden.



DOELSTELLINGEN:

- De gastvrijheid vergroten en handhaven.
- Het aanbod van eten en drinken laten aansluiten bij de behoefte van de leden.
- Optimaliseren van de inrichting van de kantine.



UITVOERING:

- Het barpersoneel stelt zich gastvrij op.
- Er worden regelmatig nieuwe etens- en drinkwaren geïntroduceerd en bij succes blijven deze op de kaart.
- Er is een vast groep barpersoneel, die bij grotere evenementen wordt uitgebreid met extra invallers. Ook hier wordt gestreefd naar een vaste poule invallers.
- Bij leden polsen voor ideeën en behoeftes.

Bijlage 7: SPEERPUNTEN ONDERHOUDSCOMMISSIE (OC)

LEDENBEHOUD

- Materialen op orde houden.
- Zorgen voor een goed onderhouden accommodatie.

LEDENWERVING

- Zorgdragen voor voldoende materiaal.
- Uitstraling accommodatie.

INZET VRIJWILLIGERS

- Bezetting op pijl houden.



DOELSTELLINGEN:

- Zorgdragen voor de kwaliteit van onze korfbalmaterialen zodat ieder lid met plezier de korfbalsport kan beoefenen. Naast de welbekende materialen mogen ook de materialen voor de KangoeroeKlup en de niet direct korfbal gerelateerde materialen als pionnen, springtouwen, lintjes en laddertjes niet worden vergeten.
- Zorgdragen voor het clubhuis waaronder het gebouw en de technische installatie moeten worden beheerd.
- Zorgdragen voor het terrein, welke niet ophoudt bij het kunstgrasveld, maar ook het terras voor het clubhuis. Daarnaast zal ook de groenvoorziening moeten worden onderhouden indien de gemeente deze overdraagt aan de gebruikers van het sportcomplex.



UITVOERING:

- Door regelmatig de materialen te inventariseren en waar nodig repareren of vervangen zal de kwaliteit van de materialen worden behouden.
- Daarnaast zullen er activiteiten worden georganiseerd, denk aan NLDoet en schilderwerkzaamheden, waarvoor leden worden gevraagd om ons te helpen om de omgeving van sportterrein op te knappen of te verfraaien.
- Tenslotte wordt er contact met de gemeente gezocht over zaken die niet door de vereniging worden onderhouden, denk hierbij aan de kleedkamers en het kunstgras.



Bronvermelding

Knkv.nl

Voorclubs.sport.nl

Bergenopzoom.incijfers.nl