



JAARPLAN 2017

INLEIDING

De KNKB stelt periodiek een Meerjaren Beleidsplan (MJBP) op, één keer per 5 jaar. Het nu geldende MJBP is dat voor de periode 2014-2018. In het MJBP zijn in elk geval alle elementen meegenomen die voortkomen uit de Maatregelen voor Goed Sportbestuur, onderdeel van de Minimale Kwaliteitseisen vanuit NOC*NSF. Dit plan is gedeeld met en goedgekeurd door zowel het bondsbestuur als de algemene ledenvergadering. Daarnaast omvat het MJBP hoofdlijnen en vergezichten, en is het gericht op de middellange termijn.

Aan de hand van het MJBP maakt de KNKB jaarlijks een Jaarplan, waarin de te ondernemen actie concreet wordt gemaakt. Sinds 2014 maken we ook een 'jaarplan Sportparticipatie', dat een onlosmakelijk geheel vormt met dit 'basis' Jaarplan.

De al dan niet gerealiseerde voornemens worden voorzien van een toelichting opgenomen in het Jaarverslag, zoals we dat jaarlijks in de voorjaarsvergadering bespreken met alle leden.

Met de missie van het Meerjaren Beleidsplan 2014-2018 (*"Het in stand houden en bevorderen van de kolf sport als levende sport"*) als uitgangspunt, is ons belangrijkste speerpunt de uitbreiding van het aantal leden. We blijven uiteraard streven naar het in stand houden van bestaande verenigingen, maar meer dan voorheen zullen we trachten dat ook te realiseren door het aanleggen van nieuwe banen, inclusief het helpen opstarten van nieuwe verenigingen. Concreet willen we elk jaar tenminste 1 baan openen, met instandhouding van de bestaande banen. Deze andere aanpak, waar we weinig ervaring mee hebben, vraagt een gesloten leercirkel. Wat zijn de succesfactoren, wat zijn de risico's? Wat werkt, wat werkt niet? En vooral; wat is onze rol daarbij?

Daarbij richten we ons op een specifieke doelgroep; de actieve man/vrouw (vanaf 50 jaar met extra aandacht voor de gepensioneerden) die een sport wil beoefenen die qua fysiek niet veel vraagt en dus tot op hoge leeftijd gespeeld kan worden, maar waarbij concentratie en (bal)gevoel het succesgehalte bepalen. Sportparticipatie moet voor iedereen mogelijk zijn; onze sport is ook nog eens goed betaalbaar; reden te meer om mee te gaan doen.

De begroting over 2017 is opgesteld met dit Jaarplan als leidraad. Daarbij is vooral van belang dat ook de KNKB de sprong naar de toekomst moet maken middels digitalisering; een professionele website is inmiddels online, maar we zoeken ook nadrukkelijk naar digitale ondersteuning van onze activiteiten. Werk- en rekenprogramma's moeten weer up-to-date zijn en online en raadpleegbaar in het heden.

We willen het jaarplan een dynamisch plan laten zijn; het geeft ons richting bij wat we doen, welke keuzes we maken en waar we prioriteiten leggen, tegelijk willen we de vrijheid houden om in te springen op onverwachte ontwikkelingen. Zo hebben we de nieuwe commissie die met name damesverenigingen gaat ondersteunen bij het werven en behouden van leden niet voorzien in het Jaarplan 2016, maar deze toch in het leven geroepen. Daarover later meer.

De diverse commissies worden betrokken bij de uitvoering van dit Jaarplan. Als hoofdverantwoordelijke zal het bondsbestuur toezicht houden op de uitvoering van de voorgenomen acties. Daartoe zal in elke commissie tenminste 1 vertegenwoordiger uit het hoofdbestuur zitting hebben.

DOELSTELLING: UITBREIDING AANTAL LEDEN

Ook nu nog kijken sommige verenigingen te vaak naar de KNKB waar het gaat om het in stand houden dan wel uitbreiden van hun ledenaantal. Wij vinden dit, en dragen dit ook actief uit, een taak voor iedereen binnen de Bond, waarbij vooral de leden zélf aan zet zijn. De verenigingen waar we niet of nauwelijks worden bevraagd, die zélf heel actief zijn, zijn ook het meest succesvol in hun werving. De KNKB verzamelt en deelt de initiatieven die wél en níet succesvol zijn. Daarnaast zal, zie hierna, de KNKB wél het initiatief nemen tot het uitbreiden van het aantal banen en het opstarten van nieuwe verenigingen, met als doel een toename van het ledenaantal. Dat laat onverlet dat onze zorg blijft bestaan bij een aantal hele kleine verenigingen waarvan het voortbestaan op de middellange termijn uiterst ongewis is.

We hebben de afgelopen jaren veel ervaring opgedaan met ledenwerving en hebben inmiddels een goed beeld van welke doelgroep je wél en welke je niet moet benaderen, maar vooral van de wijze waarop potentiële leden benaderd moeten worden. Hier kan op diverse manieren invulling aan gegeven worden, maar de meest belangrijke te ondernemen actie is de directe en rechtstreekse benadering van familie, vrienden en bekenden. Daarbij is essentieel dat potentiële leden het beoefenen van de kolfsport 'aan den lijve' ervaren. Als men eenmaal de drempel over is, is de kans dat men blijft, het grootst. Stukjes in kranten en folders zijn daaraan slechts ondersteunend. De te ondernemen activiteiten bestaan uit een samenwerking tussen de verenigingen en de PR-commissie, waarbij de Bond altijd beschikbaar is voor ondersteuning.

De banencommissie is bezig met het ontwikkelen van een nieuwe mobiele baan, die gebruikt kan worden voor demonstraties op plaatsen waar veel mensen komen zoals in sporthallen waar "jong-senioren" sporten, winkelcentra, manifestaties etc.

Het uitgangspunt is dat de baan eenvoudig aangelegd en opgeruimd kan worden. Dat is op hoofdlijnen ontwikkeld en de commissie zoekt naar het juiste 'lichte' materiaal voor de vloer dat oprolbaar en hanteerbaar is. Het probleem met het 'vastzetten' van de kolfpalen is opgelost.

Het doel is om zo laagdrempelig als mogelijk mensen kennis te laten nemen van de kolfsport. Met de inzet van deze mobiele baan kunnen we de bestaande verenigingen ondersteunen in hun zoektocht naar nieuwe leden. Daarnaast kan de mobiele baan gebruikt worden in plaatsen waar een kansrijke speellocatie gevestigd kan worden. De eenvoudige baan kan dan ingezet worden om potentiële kolvers met de kolfsport kennis te laten maken en hen te helpen bij de opzet van een nieuwe vereniging. De baanhouders kan een mobiele baan inzetten, zonder aanpassingen te doen in de bestaande locatie. Als de nieuwe vereniging draait kan de nieuwe baanhouders een 'vaste' baan aanleggen. Tot slot leggen we contact met de o.a. de verschillende Sportservice organisaties in Noord-Holland om de mogelijkheden voor de inzet van de mobiele baan te bespreken.

We constateren dat het ledenaantal bij heren redelijk stabiel is, maar dat vooral bij de dames het aantal nieuwe leden niet opweegt tegen het aantal dames dat stopt. Mede daarom is er een afzonderlijke taskforce ingesteld die zich specifiek zal bezighouden met de kolfsport voor dames; hoe kunnen we in die specifieke doelgroep zorgen voor aanwas van leden? Een aantal dames is zeer enthousiast aan de slag gegaan en de eerste resultaten zijn zeer bemoedigend. Daar gaan we in 2017 dus zeker mee verder.

Voor 2017 blijven de ambities –

- Verhoging ledental tot 650
- Uitbreiding aantal verenigingen

De middelen om dat te bereiken –

- * Nieuwe banen aanleggen (zie hierna)
- * Het instellen van een taskforce die de kolfsport voor dames moet behouden
- * Memo opstellen door PR over goede en slechte ervaringen met ledenwerving
- * Stimuleren organiseren 'koppelkolven'
- * Financiële ondersteuning bieden bij ledenwerving door verenigingen
- * Organiseren inloop-bijeenkomsten / open avonden/middagen
- * Inzet mogelijkheden bonds-PR commissie en –website
- * Benaderen (doel)groepen – b.v. uitgespeelde voetballers e.d.
- * Deelname manifestaties
- * Mond op mond reclame
- * Gebruikmaken van de ervaringen van andere verenigingen of daarmee samenwerken
- * Media – benadering/publicaties
- * Structurele ondersteuning bieden aan nieuwe verenigingen en het opstarten daarvan

We willen daarbij benoemen dat al deze afzonderlijke middelen ook verder ontwikkeld worden; zo onderzoeken we de mogelijkheden om betaalde advertenties te koppelen aan gratis publiciteit. Afhankelijk van de resultaten uit 2016, zullen we in 2017 bezien of en hoe we daarmee verder gaan. Daarnaast maken we een overzicht van alle tips en trucs van door ons bezochte verenigingen en zullen we meer bevorderen dat verenigingen van elkaar gaan leren.

In breder verband heeft de KNKB zich gecommitteerd aan het project Sportparticipatie, het landelijk streven het percentage sportbeoefenaren omhoog te brengen tot 75 %. Het bondsbestuur zal via NOC*NSF daartoe actie ondernemen. De daarbij behorende bijdragen zijn in eerste instantie begroot voor het uitbreiden van het aantal banen, met de nadruk op toegankelijkheid. Mensen gaan eerder naar een buurthuis dan naar een café. En in een buurthuis kunnen mensen die andere activiteiten ondernemen weer drempelloos in contact komen met de kolfsport. Onze bijdrage aan het NOC*NSF project Sportparticipatie zal in een afzonderlijk jaarplan, dat één geheel moet vormen met dit jaarplan, verder worden uitgewerkt en toegelicht. De basis daarvoor zijn de voorwaarden van het NOC*NSF zoals gepubliceerd in hun Richtlijnenboek. De meest belangrijke paragraaf voor het Jaarplan Sportparticipatie, en deze zullen we ook verder uitwerken, is:

1. Meer: sportparticipatie minimaal 12x per jaar van 65% naar 75% van de bevolking.
2. Vaker: sportfrequentie minimaal 40 weken per jaar van 50% naar 60% van de bevolking.
3. Actief: combinorm van 60% naar 70% en percentage sporters dat deelneemt aan competities en wedstrijden met 10% verhogen.
4. Langere periode: lidmaatschappen van 29% naar 35% van de bevolking.

DOELSTELLING; IN STAND HOUDEN ÉN UITBREIDING VAN AANTAL BANEN

De KNKB bezit geen eigen speellocatie. Het merendeel van de in gebruik zijnde kolfbanen is in particulier bezit, de rest bestaat uit dorps-(buurt-)huizen. Dit betekent een zekere kwetsbare afhankelijkheid voor de kolfsport. Overname van een locatie door een nieuwe exploitant kan 'zomaar' sluiting van een kolfbaan betekenen.

Globaal genomen wordt gekolfd in Noord-Holland, Utrecht en Friesland. Een uitbreiding buiten die gebieden wordt vooralsnog niet nagestreefd; de aandacht zal vooral uitgaan naar Noord-Holland.

Voor 2017 blijven de ambities –

- Aanleg 1 nieuwe baan
- Her-ingebruikname van voor de kolfsport gesloten banen

De middelen om dat te bereiken -

- * Acquisitie nieuwe speellocaties – primair in Noord Holland. De voorkeur gaat uit naar dorps- cq gemeenschapshuizen.
- * Goede bezetting banencommissie en 'bouwploeg' (maken, plaatsen en belijnen nieuwe banen)
- * Veilig stellen kennis en kunde maken ballen en klieken
- * Onderzoek mogelijkheden bij omnisport-verenigingen/locaties
- * Professionaliseren PR-commissie en het aanwenden PR-mogelijkheden
- * Verwerven en aanwenden bijdragen voor nieuwe kolfbanen/locaties (zie onder Doelstelling "Uitbreiding aantal leden")
- * Evaluatieoverleg voeren mbt ervaringen bestaande en nieuwe banen
- * Algemene ervaringen met bestaande en aanleg nieuwe banen gebruiken in nieuw voorkomende situaties
- * Een geheel nieuwe mobiele baan ontwikkelen, (laten) bouwen en inzetten (zie hiervóór).

Omdat 'particuliere' banen een zeker risico kennen bij bedrijfsoverdracht, hebben we een voorkeur voor een buurt- of dorpshuis. Als daar een baan ligt, zal een gemeente niet snel de baan eruit halen; de uitbater zal de geboden faciliteiten moeten exploiteren. We hopen daarmee de onzekerheid over het voortbestaan van bestaande banen te verkleinen.

DOELSTELLING; PR PROFESSIONALISEREN

Public relations zijn van zeer groot belang bij het bereiken van de missie van het MJB 2014-2018. Met name het werven van leden, het onder de aandacht brengen van de kolf sport en de gewenste imago verbetering is van goede PR afhankelijk. In 2014 hebben we een eerste aanzet gemaakt tot een professionele website, die inmiddels in de lucht is. Dat noemen we fase 1. We kunnen ons nieuws nu beter en overzichtelijker presenteren en zijn daarmee veel toegankelijker geworden voor leden en belangstellenden.

In 2016 zijn we op deze basis verder gaan bouwen, met onder meer een eigen pagina voor elke vereniging. In 2017 zullen we een definitieve keuze gaan maken voor fase 2. De ambitie is om diverse administraties on-line aan de website te koppelen en daarmee een lastenverlichting voor betrokkenen te realiseren. Dat geeft ruimte om andere dingen te doen. Een en ander is nadrukkelijk afhankelijk van de daarmee gemoeide kosten.

De PR-commissie kampte met onderbezetting; kwantitatief en kwalitatief. Dat is in 2015 en 2016 deels opgelost, het kan immers altijd beter, zeker nu de website vanuit de projectgroep wordt overgedragen aan de PR. Hulp, ook van buitenaf, is meer dan welkom.

De PR-commissie heeft een Plan van Aanpak geschreven in 2016, waarin ze uit hebben gewerkt wat hun doelen en taken zijn, hoe ze dat willen bereiken en wat ze daar voor nodig hebben. Dit wordt in 2017 hun leidraad bij hun activiteiten, inclusief de te verwachten kosten.

Voor 2017 zijn de ambities –

- Optimaal benutten website (zie hierna)
- Uitbreiden en verankeren media-aandacht voor de kolf sport middels centralisatie
- Kolfnieuws blijvend omzetten in digitale nieuwsvoorziening
- Structurele verbetering aandacht bondswedstrijden en jubilea

De middelen om dat te bereiken -

- * Publicaties via (bonds)media
- * Verbeteren (interne) communicatie
- * Expertise mbt PR-zaken verkrijgen en toepassen
- * Contacten leggen, handhaven en uitbreiden met diverse media-aanbieders. Hiermee afspraken maken. Kan eventueel in combinatie met betaalde advertentie.
- * Benaderen organisatoren manifestaties
- * Gebruikmaken van eigen reclamemateriaal / verplaatsbare banen / communicatiemiddelen
- * Gebruik maken van de mogelijkheden van 'Jong Oranje' (zie hierna)

Daarnaast willen de mogelijkheden onderzoeken om ook de PR van de verenigingen via de commissie te laten lopen en hen de contacten met de relevante omgeving te laten onderhouden. Betalen voor advertenties in ruil voor redactionele artikelen behoort daarbij tot de mogelijkheden.

Tot slot; we hebben in 2016 een verzoek gedaan aan het NOC*NSF om ons te laten ondersteunen door iemand uit 'Jong Oranje'. Dat zijn jonge mensen die opgeleid worden tot sportbestuurder en die in het kader van het opdoen van ervaring ingezet kunnen worden door de aangesloten bonden om hen te ondersteunen. De eerste contacten zijn gelegd en we verwachten in 2017 daar intensief mee bezig te zijn; een professionele ondersteuning aan onze activiteiten op PR-gebied.

DOELSTELLING; ONDERSTEUNING VERENIGINGEN

Het bestuur van de KNKB is niet alleen een op afstand besturend orgaan. Waar mogelijk zullen we in persoon en in functie de verenigingen ondersteunen. De in het verleden opgebouwde basis verdient aandacht en opvolging – maar ook verbeteringspunten. Middels de tweejaarlijkse verenigingsbezoeken houdt het bestuur de vinger aan de pols. De daaruit vernomen onderwerpen worden, waar nodig en mogelijk, besproken en opgepakt. Daarnaast kunnen urgente zaken onmiddellijke hulp vereisen. Van belang is gebruik te maken van moderne, snelle, communicatiemogelijkheden.

Ook financieel kunnen de verenigingen een steuntje in de rug gebruiken; voor 2017 zullen we daarom wederom diverse eigen bijdragen niet in rekening brengen aan onze leden. Daarnaast hebben we in 2015 ingezet op het verhogen van de bijdrage aan de baanhouders, hetgeen we in 2017 continueren, opdat het ook voor hen interessant blijft een kolfbaan te exploiteren. We hebben in 2015 ook de bijdrage namens de

KNKB aan de verenigingen voor het organiseren van bondswedstrijden als de Klasse- en de Nederlandse Kampioenschappen verhoogd.

Voor 2017 blijven de ambities –

- Voortzetting verenigingsoverleg; het bezoeken van tenminste 6 banen
- Nieuwe verenigingen voorzien van doelgerichte en consistente hulp(middelen)
- Aanzoeken en vastleggen adoptieverenigingen
- Uitbreiding digitale communicatiemogelijkheden

De middelen om dat te bereiken -

- * Inplannen verenigingsbezoeken
- * Organisatie activiteiten – ledenwerving / wedstrijden / etc.
- * Aanbieden middelen – organisatorisch / technisch / materieel / administratief
- * Bijdragen vanuit de KNKB voor activiteiten

DOELSTELLING; INTERNE COMMUNICATIE EN TAKEN STROOMLIJNEN

De digitale communicatie wordt inmiddels ook breed door onze doelgroepen omarmd. De KNKB gaat daar in mee. Waar we nu nog diverse afzonderlijke vastleggingen en administraties bijhouden (secretariaat, PR, wedstrijdcommissie, penningmeester), met dubbel werk en kans op fouten, gaan we dat in 2017 verder moderniseren. Eén basis, van waaruit de verschillende belanghebbenden die informatie kunnen 'tanken' die ze nodig hebben.

Voor 2017 zijn de ambities –

- Overzicht opstellen/publiceren interne communicatielijnen.
- Uitbreiden website (m.n. uitbreiding informatiemogelijkheden / wedstrijdreportages)
- Aanpassen/publiceren takenpakketten – bestuur / commissies
- Opstellen en beheren van een centrale agenda

De middelen om dat te bereiken -

- * Inzetten op nauwere samenwerking commissies
- * Huidig kader bestuur/commissies verder uitwerken
- * Benchmarking (zoeken op relevante informatie op internet)
- * Expertise vanuit NOC*NSF benutten (zie hiervoor; de hulp van 'Jong Oranje')
- * Overlegvoering

We hebben de afgelopen jaren ervaren wat de kosten zijn van digitaliseren in het algemeen en van de specifieke eisen van de KNKB in het bijzonder. We hebben uitgesproken dat we een projectgroep ICT willen starten met leden van de KNKB die meer dan gemiddelde affiniteit hebben met automatisering. Verschillende leden hebben op verschillende momenten al laten zien wat ze kunnen op dat gebied; als wij in staat zijn die krachten te bundelen, kunnen we waarschijnlijk heel veel in eigen beheer doen. De eerste oproep aan alle leden om zich beschikbaar te stellen is gepubliceerd; we verwachten er in 2017 mee aan de slag te gaan.

DOELSTELLING; UITDRAGEN VAN IMAGO

Het imago van de kolf sport verdient verbetering – met behoud van waarden en normen van deze eeuwenoude sportbeleving. De toenemende vergrijzing van het ledental werkt een negatief imago beeld in de hand. Het uitdragen een verbeterd imago hangt nauw samen met het aantrekken van nieuwe en vooral jongere leden. Een up-to-date website is daar een belangrijke factor in. Het professionaliseren van de PR-commissie, zie hiervoor, is een belangrijke stap in deze doelstelling. Ook de wedstrijdcommissie zal een bijdrage moeten leveren.

De potenties van sociale media (Facebook/Twitter/Instagram e.d.) worden onderkend, maar we hebben er op dit moment onvoldoende zicht op. We zullen hier veel meer alert op zijn dan in het recente verleden. In 2017 willen de mogelijkheden in kaart hebben gebracht en een beslissing nemen óf, en zo ja wát, we er mee willen en mee kunnen. Gelijk de introductie van de "oude" digitale communicatievormen (Internet / E-

mail) zullen die nieuwe media geruime tijd vergen zich in de kolfwereld te nestelen. Daar zijn we ons goed van bewust.

Voor 2017 zijn de ambities –

- Onderzoek nieuwe spelvormen
- Onderzoek aanpassing bestaande spelvormen
- Kampioenschappen moderniseren
- Modernisering PR-materiaal
- Profilering veranderen - toonzetting/uitstraling, eigen, publicaties aanpassen (moderniseren)
- Uitdiepen mediacontacten

De middelen om dat te bereiken -

- * Website
- * Demonstraties e.d.- uitvoering aanpassen
- * Inzet PR-commissie
- * Publiciteit stroomlijnen

Voor 2017 zal de focus liggen op het daadwerkelijk optimaal benutten van onze nieuwe website, waarop al onze activiteiten zichtbaar zijn, tussenstanden raadpleegbaar zijn, nieuws wordt verspreid en diverse acties worden uitgelicht. Bijkomende doelstelling is dat we minder op papier willen doen, zodat niet alleen leden onze informatie krijgen, maar deze voor iedereen toegankelijk is. Ook zullen we er meer op sturen dat niet iedereen afzonderlijk en incidenteel de publiciteit zoekt, maar dat we dit meer geregisseerd doen.

DOELSTELLING; KOLF LAAGDREMPELIG HOUDEN

De omschrijvingen in het MJPB 2014-2018 zijn duidelijk. Voor 2017 zijn geen specifieke ambities vastgesteld – het betreft een meerjaren activiteit. Onderdelen die continue te maken met de doelstelling zijn opgenomen in de omschreven ambities van voorgaande doelstellingen, zoals financiële ondersteuning van verenigingen. Daarmee blijft de kolf sport voor iedereen betaalbaar.

Het zoeken naar locaties voor nieuwe banen met de focus op dorpshuizen heeft niet alleen een duurzaamheidscomponent (zie hiervoor). We denken dat (potentiële) leden makkelijker een buurthuis binnenstappen dan een café.

VERDERE DOELEN IN 2017

- Handhaving goede contacten NOC*NSF, mede in het licht van het vertrek van Peter de Swart
- Ons goed laten informeren over en anticiperen op alle veranderingen die de zogenoemde Sportagenda 2017+ met zich mee gaan brengen
- Financiële huishouding op orde houden, rekening houdend met waarschijnlijk lagere bijdragen van het NOC*NSF in de toekomst
- Verbetering organisatiekwaliteit en samenwerking, met name in én tussen de commissies, maar ook de Minimale Kwaliteitseisen van het NOC*NSF blijven aanpassen aan de gevraagde professionalisering van de KNKB.
- In lijn met het voorgaande; meer besturen, minder uitvoeren

Bestuur KNKB
Oktober 2016