



JAARPLAN 2018

INLEIDING

De KNKB stelt periodiek een Meerjaren Beleidsplan (MJBP) op, één keer per 5 jaar. Het nu geldende MJBP is dat voor de periode 2013-2017. Het MJBP 2018 – 2022 is in concept gereed en vormt de basis voor dit jaarplan. 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. Voor de jaren 2014 – 2017 hebben we ook een 'jaarplan Sportparticipatie' gemaakt dat een onlosmakelijk geheel vormde met het reguliere Jaarplan. Met ingang van 2018 maken we alleen een regulier jaarplan.

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

Met de missie van het Meerjaren Beleidsplan 2018-2022 (*"Het in stand houden en bevorderen van de kolf sport als levende sport"*) als uitgangspunt, blijft 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.

We kunnen niet genoeg benadrukken dat de feitelijke uitvoering van de planning voor een groot deel bij de verenigingen en haar leden ligt. De directe benadering in de eigen omgeving is voor het beoogde resultaat in vrijwel alle gevallen de basis.

De begroting over 2018 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. Werken 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.

De diverse commissies worden betrokken bij het opstellen en 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

Het in stand houden dan wel uitbreiden van ons ledenaantal is een taak voor iedereen die kolf speelt. Vooral de leden zélf zijn aan zet. De KNKB verzamelt en deelt de initiatieven die wél en níet succesvol zijn. Daarnaast zal, zie hierna, de KNKB het initiatief nemen tot het uitbreiden van het aantal banen en het opstarten van nieuwe verenigingen, met als doel een toename van het ledenaantal. We willen dat meer dan voorheen gestructureerd aan gaan pakken. 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 kolf sport '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 heeft in 2017 een nieuwe mobiele baan ontwikkeld en laten maken, die gebruikt kan worden voor demonstraties op plaatsen waar veel mensen komen zoals in sporthallen waar "jong-senioren" sporten, winkelcentra, manifestaties etc. De eerste ervaringen in 2017 waren positief.

De winst is dat de baan eenvoudig aangelegd en opgeruimd kan worden en bijna op ware grootte is. Het doel is om zo laagdrempelig als mogelijk mensen kennis te laten nemen van de kolf sport. 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 kolf sport kennis te laten maken en hen te helpen bij de opzet van een nieuwe vereniging. De baanhouder kan een mobiele baan inzetten, zonder aanpassingen te doen in de bestaande locatie. Als de nieuwe vereniging draait kan de nieuwe baanhouder 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 in 2016 een afzonderlijke task-force ingesteld die zich specifiek zal bezighouden met de kolf sport voor dames; hoe kunnen we in die specifieke doelgroep zorgen voor aanwas van leden?

Voor 2018 blijven de ambities –

- Verhoging ledental tot 600
- Uitbreiding aantal verenigingen

De middelen om dat te bereiken –

- * Nieuwe banen aanleggen
- * Nieuw memo opstellen door de task force Ledenwerving 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 task force Ledenwerving, 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

In breder verband heeft de KNKB zich gecommitteerd aan 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. We streven naar:

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 voorsnog niet nagestreefd; de aandacht zal vooral uitgaan naar Noord-Holland.

Voor 2018 blijven de ambities –

- Aanleg 1 nieuwe baan

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

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. In 2017 zijn we voorzichtig aan het verkennen of de KNKB behoefte heeft aan een eigen onderkomen met baan. In 2018 zullen we daar verder over nadenken.

DOELSTELLING; PR PROFESSIONALISEREN

Public relations zijn van zeer groot belang bij het bereiken van de missie van het MJB 2018-2022. Met name het werven van leden, het onder de aandacht brengen van de kolfsport en de gewenste imagoverbetering 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 hebben we een keuze gemaakt om nog niet verder te gaan met fase 2. De kosten daarvan zijn te hoog. De ambitie blijft 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 de afgelopen jaren slechts gedeeltelijk opgelost, het kan immers altijd beter, zeker nu de website vanuit de projectgroep is overgedragen aan de PR. Hulp, ook van buitenaf, is meer dan welkom.

De PR-commissie maakt jaarlijks een Plan van Aanpak, waarin ze uitwerken wat hun doelen en taken zijn, hoe ze dat willen bereiken en wat ze daar voor nodig hebben. Dit wordt ook in 2018 hun leidraad bij hun activiteiten, inclusief de te verwachten kosten.

Voor 2018 zijn de ambities –

- Optimaal benutten website (zie hierna)
- Uitbreiden en verankeren media-aandacht voor de kolfsport 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.

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 2018 zullen we daarom wederom diverse eigen bijdragen niet in rekening brengen aan onze leden.

Voor 2018 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 2018 verder moderniseren. Eén basis, van waaruit de verschillende belanghebbenden die informatie kunnen 'tanken' die ze nodig hebben.

Voor 2018 zijn de ambities –

- Overzicht opstellen/publiceren interne communicatielijnen.
- Uitbreiden website (m.n. uitbreiding informatiemogelijkheden / wedstrijdrapportages)

- 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
- * 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. Dat is in 2017 gestart en we willen dat in 2018 continueren. 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.

DOELSTELLING; UITDRAGEN VAN IMAGO

Het imago van de kolfsport verdient verbetering – met behoud van waarden en normen van deze eeuwenoude sportbeleving. De toenemende vergrijzing van het ledental werkt een negatief imagobeeld 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 2018 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 2018 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 2018 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 MJB 2018-2022 zijn duidelijk. Voor 2018 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 kolfsport 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 2018

- Handhaving goede contacten NOC*NSF, mede in het licht van het vertrek van Peter de Swart in 2017
- Ons goed laten informeren over en anticiperen op alle veranderingen die de zogenoemde Bestedingsplan Sportagenda 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 2017