



Succes maken we samen!

Jaarplan KNHB basis voor beleid richting doelen uit Strategie 2020

De Koninklijke Nederlandse Hockeybond (KNHB) streeft ernaar in 2020 ten minste één miljoen mensen te hebben verbonden aan de bond. Die wens werd in 2014 in Strategie 2020 vastgelegd. Met de helft van het tijdpad inmiddels afgelegd, is het tijd om eens naar het Jaarplan 2018 te kijken. Wat staat er allemaal in de leidraad voor dit jaar op weg naar 2020?

Auteur: Guy Oldenkotte

Je kunt het streven van de KNHB naar ten minste één miljoen leden in 2020 gerust ambitieus noemen. Toen het plan in 2014 werd aangenomen, stond de teller op 241.000 leden, een fractie dus van het ledenbestand dat de bond in 2020 wil hebben. In de vijf jaar voorafgaande aan 2014 was het aantal met slechts 30.000 nieuwe leden toegenomen. Dat de bond zijn ledenbestand in ruim vijf jaar tijd wil verdrievoudigen, lijkt op het eerste gezicht schier onmogelijk. Interessant is ook de vraag hoe de bond die leden straks wil onderbrengen. De 241.000 leden die de KNHB in 2014

had, konden op dat moment bij 319 hockeyverenigingen in 241 gemeenten terecht. Op veel plaatsen was dat toen al onvoldoende, waardoor veel potentiële leden niets anders restte dan genoeg nemen met een plaats op de wachtlijst, in de hoop in de nabije toekomst alsnog lid te kunnen worden van de vereniging.

Uit cijfers van de bond blijkt dat op 31 oktober 2017 zo'n 254.000 leden bij de KNHB stonden ingeschreven. Dat is bijna een verdubbeling van het ledenaantal van 2014, maar nog altijd een fractie

van het miljoen dat in 2020 zou moeten worden bereikt.

Om zijn ambities voor 2020 te realiseren, zet de KNHB zwaar in op een viertal speerpunten. Allereerst wil de bond 'een leven lang hockey' kunnen bieden aan iedereen die de hockeysport een warm hart toedraagt. Daarnaast wil men de maatschappelijke impact van hockey vergroten. De bond werkt verder aan toekomstbestendige financiën, zodat de sport rendabel blijft, maar wil ook bij 'de wereldtop in een wereldsport' blijven



5 min. leestijd



horen. De vier thema's zijn onderling verbonden, maar worden ook ondersteund door de twee pijlers van Strategie 2020: de KNHB als netwerk- en serviceorganisatie en de drijfveer om de cultuur en het hockey-DNA te behouden.

De afgelopen drie jaar is er op veel terreinen al hard gewerkt om de ambities voor 2020 te realiseren. Nu men over het dode punt heen is, rijst de vraag: wat gaat de nabije toekomst brengen?

Bond nieuwe stijl

De KNHB laat er geen twijfel over bestaan dat er op 1 januari 2018 een nieuwe periode is ingegaan. Sinds dat moment is de 'organisatie nieuwe stijl' een feit. Door de organisatie aan te passen, wil de KNHB een nog verdergaande omslag bewerkstelligen van aanbod- naar vraaggericht opereren. Daarbij wil de bond echter blijven redeneren vanuit de behoefte van en de service aan de vereniging. 'De aansluiting met verenigingen en hockeyers is en blijft de basis voor het bestaansrecht van de bond', zo schrijft de KNHB in de introductie van het jaarplan. 'Ook in een meer geprofessionaliseerde organisatie moet die cultuur blijven bestaan.'

Een leven lang hockey(en)

Het is de KNHB er veel aan gelegen om hockeyers en hockeyfans langer aan de sport verbonden en erbij betrokken te houden. De hockeyvereniging dient daarbij als ontmoetingspunt, zo is het plan. Uiteraard dienen die verenigingen in staat te zijn om wekelijks bijna 17.000 deelnemende teams in ongeveer 8.150 wedstrijden onder te brengen. Er staat dus volop druk op de veldcapaciteit, maar vooral de wintercompetitie zal straks een uitdaging vormen. Uit cijfers van de KNHB blijkt namelijk



Door varianten zoals trimhockey moet de sport nog populairder worden.

Om zijn ambities voor 2020 te realiseren, heeft de KNHB zwaar ingezet op een viertal speerpunten

dat dit jaar voor het eerst meer dan 10.000 teams zullen deelnemen. Die groei komt juist op een moment dat het aantal binnensportaccommodaties in ons land afneemt.

Om meer leden te trekken, is de bond begonnen met het ontwikkelen van nieuwe competitievormen op basis van een doelgroepbenadering. Het hockeyaanbod dat wordt ontwikkeld, moet optimaal aansluiten bij de wensen en behoeften van de markt. Een trimhockeycompetitie in Zuid-Nederland, een nieuwe Sevenscompetitie in Midden-Nederland en de Nationale Schoolhockeycompetitie zijn daar voorbeelden van. Desalniettemin wordt de haalbaarheid van andere alternatieve spelvormen nog altijd onderzocht. Een voorbeeld daarvan is de zeven-tegen-zevencompetitie, waarmee de bond de zogenaamde *young professionals* aan zich wil binden. Deze competitie moet parallel aan de bestaande bedrijfshockeycompetitie draaien.

De KNHB als informatiebron

Om dat allemaal mogelijk te maken, wordt de ondersteuning van en informatievoorziening aan verenigingen vergroot en verbeterd. Eén van de doelstellingen is het optimaliseren van het multifunctioneel gebruik van de velden. De KNHB kan daarbij als kennisintermediair dienen voor nieuwe clubs, om indien gewenst aan te sluiten bij gesprekken met de gemeente en andere initiatiefnemers. Ook wil de bond periodieke keuringen en inspecties van velden uitvoeren en worden verenigingen gestimuleerd en geadviseerd bij de aanleg van tijdelijke zaalhockeyaccommodaties.

Positieve maatschappelijke impact

Sport verbindt en de KNHB wil graag bruggen slaan naar het bedrijfsleven, gemeenten, de wijk, andere sporten en sportverenigingen, burgers, scholen en overige instellingen. Hockey blijft daarbij de kernactiviteit, zo is het uitgangspunt. Dit onderdeel van het jaarplan bevat vele activiteiten. Belangrijk voor verenigingen is echter dat ze weten dat de bond het begeleidingsproces van verenigin-



De KNHB wil spelers al op jonge leeftijd aan zich binden ...



... en voor de rest van hun leven als actief hockeyer behouden.

gen wil verbeteren. Men wil daarvoor accountmanagers aanstellen. Die moeten als vast aanspreekpunt fungeren en het contact met de verenigingen intensiveren. De kennis die de KNHB op deze wijze over de betreffende vereniging vergaart, moet helpen om programma's op maat aan te bieden.

Die positieve impact moet ook voortvloeien uit onder meer het Urban & Streethockey-programma. Onderdeel hiervan is een Urban & Streethockey-stadscompetitie. Hiervoor wil de KNHB gebruikmaken van de Cruyff Courts, Krajicek Playgrounds en andere wijkveldjes in achterstandswijken. Daarnaast moeten er buurtsportclubs hockey en hockeyverenigingen in de wijk worden opgezet. Waar nodig moet de aanleg van velden in achterstandswijken worden gestimuleerd. Veel ambitieuze plannen dus, die vooral buiten de bestaande hockeyaccommodaties moeten plaatsvinden, waarschijnlijk tot opluchting van veel accommodatiebeheerders.

Bij de wereldtop in een wereldsport

Nederlandse hockeyers doen het goed en het is de KNHB er veel aan gelegen dat dat zo blijft. Vandaar dat de bond zich blijft inzetten om wereldtoptalent te ontwikkelen, structureel bij de wereldtop te horen en hockey internationaal groter, breder en beter te maken. Veel plannen zijn daarbij gericht op de ontwikkeling van spelers, bestuurders en officials. Maar de bond heeft ook de ambitie om diverse evenementen te organiseren, vandaar dat het voorbereiden van kandidaatstellingen voor grote FIH- en EHF-evenementen op de middellange termijn als één van de punten in dit hoofdstuk is opgenomen.

Toekomstbestendige financiën

De KNHB zet erop in om gezond te blijven door zijn financieringsmodel 'slim te vernieuwen'. Daarbij wordt gekeken naar de economische waarde op zowel macro- als microniveau, maar ook naar het potentieel van de maatschappelijke waarde. Veel van de activiteiten hiervoor draaien natuurlijk om

de band met sponsors en partners, maar de KNHB wil ook subsidies en andere financiële middelen genereren waarvoor men een beroep wil doen op gemeenten en fondsen. Verder moeten de inkomsten uit merchandising, advertenties en kaartverkoop worden verhoogd. Daarnaast wil de bond de financiële stabiliteit van verenigingen vergroten.

Ambitieuze plannen van een ambitieuze bond

Aan de slag

Om zijn positie te legitimeren, denkt de KNHB continu van toegevoegde waarde te moeten zijn. Vandaar dat de bond zich blijft versterken als netwerk- en serviceorganisatie, om de verenigingen te helpen de cultuur en het hockey-DNA te behouden. De bond gaat verenigingen meer informatie verschaffen over duurzaam accommodatiebeheer in het algemeen. Daarnaast wil de KNHB verenigingen meer specifiek informeren over wet- en regelgeving die van toepassing is op de sportsector, relevante subsidies en alternatieve vormen van financiering. Hockeyverenigingen in Nederland kunnen dus uitzien naar concrete tips, handvatten en instrumenten voor het verduurzamen van de accommodatie. Belangrijk is dat het gaat om praktische en toegankelijke uitwerkingen, waarmee verenigingen direct aan de slag kunnen. Bovendien gaat de KNHB het gesprek aan met verenigingen die al initiatieven hebben om hun accommodatie te verduurzamen. Zo hoopt de bond meer inzicht in de processen te krijgen en kunnen best practices worden gedeeld met andere verenigingen. Ambitieuze plannen van een ambitieuze bond; over ongeveer twee jaar zullen we weten of het allemaal is gelukt. Eén miljoen leden in 2020 is het uitgangspunt. Het is een geruststellende gedachte dat de bond verenigingen daarbij actief gaat en blijft ondersteunen, maar bovenal ook buiten de bestaande hockeyaccommodaties kijkt om dat aantal te kunnen behalen en faciliteren.



Be social

Scan of ga naar:

www.Fieldmanager.nl/artikel.asp?id=17-7526