



## **Agendapunt 5.a. Jaarplan 2019**

### **Achtergrond: de sportwereld in Nederland**

In Nederland bevinden we ons in een sportwereld, die in transitie is; bijna alle bonden hebben te maken met een stagnatie van het aantal leden of met ledenverlies. Alle bonden zijn daarom genoodzaakt om op een andere wijze te kijken naar hun toekomst en naar manieren om hun voortbestaan te garanderen.

Kort samengevat gaat het voor alle bonden en voor de gehele sport in Nederland om de volgende uitdagingen:

- (1) het aantrekken van ongebonden sporters of beter gezegd: alle Nederlanders bieden we de kans om te sporten;
- (2) verenigingen helpen om de (om)slag te maken naar ondernemende organisaties die verder kijken dan gewone lidmaatschappen;
- (3) sportevents aantrekkelijker maken.
- (4) gezamenlijk sport een prominente plek en een prominente rol geven in de maatschappij.

### **Badminton**

Een belangrijk uitgangspunt voor het in februari 2018 aangetreden bondsbestuur is het creëren van bestuurlijke en organisatorische rust en het zetten van verdere stappen. Na vele bijeenkomsten en gesprekken in de eerste maanden van zijn mandaat heeft het bestuur geconcludeerd dat de ingeslagen weg de juiste is. Dit betekent onder andere dat de eerder dit jaar gekozen speerpunten de goede zijn.

Het gekozen beleid kent twee pijlers: de eerste gaat over ondernemerschap, in de zin dat we nieuwe markten gaan aanboren, zoals de ongebonden sporters, en in de zin dat we aan bestaande en nieuwe markten nieuwe vormen van badminton aanbieden.

De tweede pijler betreft verenigingsondersteuning: het inzetten van concrete acties zodat verenigingen ons aanbod daadwerkelijk afnemen. De onder de visie 'Samen verenigen' uitgevoerde projecten hebben ons dichterbij de verenigingen gebracht; nu is het tijd dat we de interactie verder invullen. Denk hierbij aan zaken als het inzetten van praktische pakketten (zoals de badminton-kit) om verenigingen te helpen (niet aanbod-, maar vraaggestuurd) en het aanbieden van ad hoc ondersteuning wanneer verenigingen daarom vragen, iets wat we nog nadrukkelijker gaan stimuleren met gerichte acties (showcases).

Deze pijlers betekenen ook iets voor onze doelstellingen: een KPI die enkel en alleen gaat over de groei van het aantal leden past niet meer bij een sportbond anno nu: van de contributiegelden alleen kunnen we niet meer 'leven'. Het bondsbestuur gaat daarom voor het genereren van een inkomstenstroom die niet alleen, en sterker nog: voornamelijk niet, vanuit de contributiegelden komt. Hiervoor zullen we inzetten op onze *speerpunten: marketing*, met



ondersteuning van *communicatie*, richting/binnen *nieuwe verdienmodellen*, gesteund door het traject voor *bestuurlijke vernieuwing*. De hele organisatie zal hiervan profiteren, beginnend bij onze verenigingen die we verder ondersteunen via het speerpunt *ledenbehoud*. Alle speerpunten zijn dus met elkaar verbonden.

Het bondsbestuur gaat investeren, ook financieel, door uitvoering van goed doordachte activiteiten, gebaseerd op onderzoek en opgedane kennis, waarbij garantie op resultaat van tevoren niet in alle gevallen mogelijk zal zijn.

### ***Jaarplan 2019***

Badminton beschikt over een enorm potentieel. Niet veel sporten zijn van de camping tot aan het allerhoogste, de Olympische Spelen, vertegenwoordigd (Van Camping tot Kampioen!). Jaarlijks pakken honderduizenden Nederlanders een racket op en ervaren het plezier van de sport, 32.000 hiervan zijn aangesloten bij Badminton Nederland. Echter, veel mensen maken niet de stap richting een vorm van verbondenheid aan Badminton Nederland: de traditionele lidmaatschapsvormen voldoen niet meer; het is een maatschappelijke ontwikkeling waar we niet meer omheen kunnen (willen).

Verbondenheid van badmintonners aan Badminton Nederland is echter noodzakelijk om badminton binnen Nederland levend te houden. Badminton Nederland is dé organisatie voor badminton in Nederland en komt op voor het belang van badminton en de badmintonliefhebbers. Om de verbondenheid te versterken dienen we badminton te profileren en te positioneren als een sport en als een spel waar je van jong tot oud, zowel recreatief als in wedstrijdverband, het hele jaar door, binnen en buiten, veel plezier aan beleeft en waarin je veel sportieve uitdagingen vindt! En dát alles dankzij Badminton Nederland!

Dit gaan we doen door ons aanbod op heldere wijze te brengen bij de (BN-)verenigingen en daarbij de grote meerwaarde van het lidmaatschap van Badminton Nederland duidelijk te maken voor zowel de verenigingen als hun leden, in de context van de traditionele lidmaatschapsvormen. Daarnaast vergroten we ons marktaandeel met vernieuwende initiatieven om de verschillende, ook andere nieuwe doelgroepen, aan ons te binden.

### Visie

Badminton Nederland is de organisatie die als sportbond badminton promoot en het in Nederland voor iedereen mogelijk maakt om op elk gewenst speelniveau binnen of buiten te badmintonnen. Badminton Nederland is een klantgerichte serviceorganisatie die voor verenigingen, badmintonners en fans de randvoorwaarden creëert met diensten, faciliteiten en kennis, zodat zij optimaal van badminton kunnen genieten.

Binnen deze visie heeft het bestuur twee pijlers en vijf speerpunten gekozen.

### Pijlers

De pijlers zijn Ondernemerschap en Verenigingsondersteuning

### Speerpunten

1. Communicatie
2. Marketing
3. Ledenbehoud/ledenwerving
4. Nieuwe verdienmodellen
5. Bestuurlijke vernieuwing

## Concrete activiteiten per speerpunt

### **Marketing**

#### - **Outdoor-badminton: één pilot uitvoeren, monitoren, evalueren**

Er wordt een outdoor-variant in de markt gezet. Outdoor-badminton heeft de kernwaarden Fun, Always and Everywhere en is een zeer toegankelijke activiteit waar jong en oud, recreanten en wedstrijdporters, individuen, groepen en gezinnen zich op een laagdrempelige manier zowel incidenteel als intensief mee kunnen vermaken.

Hierbij hoort de Outdoor Badminton Tour: dit is een tweedaags evenement dat op verschillende aansprekende locaties (pleinen, parken, strand, bos, etc.) wordt georganiseerd waarbij outdoor-badminton centraal staat. We mikken hiermee op de niet-gebonden- en, vrije tijd-badmintonners, nieuwe beoefenaars en fans. De tour is opgedeeld in twee deelconcepten, enerzijds als een 'fun en maak kennis met het outdoor-badminton-concept', anderzijds als een wedstrijdconcept in toernooivorm.

- De events worden georganiseerd in 12 steden;
- Verwacht aantal deelnemers aan clinics per jaar 1.500;
- Verwacht aantal deelnemers aan de toernooien per jaar 1.500;

#### - **Campington (= Campingbadminton)**

Het Campington concept richt zich op alle ANWB-campings (497) en/of vakantieparken (109) in Nederland met een animatieprogramma. Dit concept zal met een pilot worden gestart waarna gekeken wordt hoe het op grotere schaal kan worden ingezet om de grote doelgroep van vrijetijdbadmintonners te enthousiasmeren voor badminton.

- Pilot bij 20 campings/vakantieparken;
- Per locatie 100 deelnemers aan campingtoernooi;
- Per locatie 75 gebruikers van de badmintonkit.

### **Communicatie**

Naast het optimaliseren en faciliteren van de praktische en organisatorische zaken rond onze activiteiten is de rode draad in onze communicatie het overdragen van ons verhaal zodat we



mensen enthousiasmeren en verleiden. **Alle geledingen van Badminton Nederland worden betrokken, dragen dit uit en werken vanuit deze visie.**

We onderscheiden daarbij vier hoofddoelgroepen:

1. leden en verenigingen;
2. ongebonden sporters en fans;
3. werkorganisatie en kader;
4. sponsors/partners.

1.

- 4 algemene ledenmailingen;
- de wekelijkse nieuwsbrief voor verenigingen;
- WhatsAppgroepen creëren, minimaal één per cluster;
- minimaal 4 Facebook- en Twittercampagnes over onze producten en diensten

2.

- 2 nieuwsbrieven en mailings gesegmenteerd op interessegebieden met gebruik van de beschikbare en relevante informatie uit de opgebouwde database;
- minimaal 4 Facebook- en Twittercampagnes over onze evenementen;
- communicatie met externe partijen ten behoeve van de uitvoering van de marketingactiviteiten
- make-over website

3.

- eens per kwartaal een nieuwsbrief;
- minimaal 5 WhatsAppgroepen creëren;
- richtlijnen communicatie en vervolgens minimaal één training;

4.

- jaarlijks een sponsorevenement;
- op maat gemaakte proposities voor sponsors en strategische partners op basis van ons verhaal om onze projecten mogelijk te maken (media, vakantieparken, goede doelen, gemeenten, etc.)

**NB Hiernaast zullen alle overige communicatietaken uitgevoerd blijven worden.**

### ***Ledenbehoud/ledenwerving***

- ledenwerving: het op één extra locatie uitvoeren van Probeerbadminton.nu;
- inzet ondersteuningspakket ledenwerving en ledenbehoud bij minimaal 25 verenigingen
- schoolbadminton: aantal nog te bepalen;
- jeugdcompetitie: verlenging en vernieuwing van de competitie: in Zuid-West en Noord-Holland;
- verder promoten van cursus baantrainer: minimaal 25 verenigingen gaan de cursus afnemen;
- samenwerking: één gekozen cluster van verenigingen faciliteren bij een gezamenlijke actie voor werving/behoud met ondersteuning;

- één initiatief vanuit het land oppakken, (mede) uitvoeren/ondersteunen, evalueren en presenteren.

*Per onderwerp gaan we met gekozen cluster(s) van vereniging(en) of in specifieke regio's de activiteit uitvoeren, monitoren, volgen en als showcase presenteren.*

## **Nieuwe verdienmodellen**

### **Werkgroep Samenwerking met andere aanbieders**

De werkgroep heeft verschillende verkennende gesprekken gevoerd met organisaties die net als wij badminton aanbieden om te kijken of er vormen van samenwerking mogelijk zijn. Tijdpad en activiteiten:

- In januari 2019 vindt een gesprek plaats met 1 van de andere aanbieders van badminton om concreter een mogelijke samenwerking te bespreken;
- Afhankelijk van de uitkomst van dit eerste gesprek worden vervolgens richtlijnen opgesteld voor de benadering van andere mede-aanbieders;
- Andere aanbieders worden structureel onderdeel van het uitnodigingsbeleid bij de FZ Forza NK, de Finaledag Eredivisie, de Van der Kolk Hypotheken Cup en de Yonex Dutch Open.
- Er zal gericht en gestructureerd gecommuniceerd worden met de andere aanbieders.

### **Werkgroep Loyalty**

Deze werkgroep onderzoekt waarom uitstromers verenigingen verlaten. Op basis van de resultaten van het onderzoek zullen producten/diensten ontworpen worden om de binding met de vereniging dieper en duurzamer te maken. Tijdpad en activiteiten:

<b>Wat</b>	<b>Doelgroep</b>	<b>Periode</b>	<b>Beoogd resultaat</b>
<b>Onderzoek</b>		<b>2018</b>	
Analyse bestaande resultaten uitstroomonderzoeken		Okt.	Onvoldoende handvatten (resultaat)
Uitstroom onderzoek	Ex leden	Nov.	Inzicht in: beleving sport, sportaanbod, vereniging, persoonlijk (blessure/verhuizing)
Onderzoek risicogroep	Risicogroep	Nov.	Inzicht in beleving, inzicht in wensen
Conclusies en aanbevelingen werkgroep en organisatie		Dec.	Handvatten en kansen t.a.v. retentie en behoud. Advies op sportaanbod, kader- en verenigingsondersteuning.
<b>Pilots</b>		<b>2019</b>	
Pilot op retentie	Laaghangend fruit	Jan.	Verdieping kennis op doelgroep
		Feb.	Creëren relevant aanbod
		Maart/april	Benaderen en reactiveren
			Evaluatie, conclusies en aanbevelingen
			Updaten en vervolg
Pilot ledenbehoud/-werving gericht op verenigingen		Jan.	Verdieping kennis op doelgroep en product/dienst vereniging
		Feb/maart	Creëren relevant aanbod met verenigingen
			Campagne samen met verenigingen
			Evaluatie, conclusies en aanbevelingen
			Updaten en vervolg

Wat	Doelgroep	Periode	Beoogd resultaat
Pilot ledenbehoud/-werving gericht op Badminton Nederland			Verdieping kennis op doelgroep/product dienst badminton Nederland
			Creëren relevant aanbod
			Campagne
			Evaluatie, conclusies en aanbevelingen
			Updaten en vervolg

### **Werkgroepen Nieuwe Verdienmodellen**

De focus ligt hier op het bedenken van nieuwe verdienmodellen voor het verbinden van nieuwe badmintonners, campingtonners en de ongebonden badmintonners. Tijdpad en activiteiten:

- *November/December:*

Bepalen welke verdienmodellen, hoe en door wie deze getest/uitgeprobeerd gaan worden in de volgende fase.

- *Januari t/m Maart 2019*

De kansrijke geachte producten/diensten worden in deze periode onderzocht/getest. In december 2018 wordt hiervoor een gedetailleerde planning uitgewerkt.

- *April t/m juni 2019, uiterlijk 1 september 2019 gereed*

Op basis van bovenstaande onderzoek concept voorstel/plan uitwerken.

### **Werkgroep wedstrijdaanbod in relatie tot lidmaatschap**

Deze werkgroep richt zich op twee projecten, een licentiesysteem en het aanbieden van nieuwe competitievormen. Tijdpad en activiteiten: de werkgroep vergadert op 20 november a.s. Tijdens deze bijeenkomst zal het definitieve tijdpad vastgesteld worden.

### **Bestuurlijke vernieuwing**

- uitvoering van het besluit van de bondsvergadering februari 2019

### **Reguliere taken**

Naast de activiteiten die bij de speerpunten horen zullen ook de reguliere activiteiten blijven plaatsvinden die horen bij onze (kern)taken:

- wedstrijdzaken;
- verenigingsondersteuning;
- topbadminton;
- vrijwilligersbeleid;
- opleidingen;
- organisatie evenementen;
- financiën;
- promotie en overige marketingactiviteiten.