



**Wendbaar
Weerbaar
Waardevol**

Beste afgevaardigden, Beste badmintonvrienden en -vriendinnen!

In dit document presenteren wij je met plezier én met volle overtuiging de **vijf speerpunten**, waar wij ons de komende jaren – samen met jou - op willen focussen én waarvoor wij jouw steun vragen.

Deze speerpunten zijn ontstaan uit de besprekingen die het nieuw aangetreden bestuur (februari 2018) in de afgelopen maanden heeft gevoerd. **We streven naar verrassende impact en inspirerende impulsen.** We blijven doen wat we goed deden. Maar ook willen we de kansen van de toekomst niet onbenut laten. **Sterker nog:** die pakken we met beide handen vast; we omarmen ze onvoorwaardelijk.

Het ultieme doel?

We zetten badminton meer en effectiever op de kaart, we staan voor professionaliteit in alle lagen van onze organisatie (de werkorganisatie, commissies, regioteams, afgevaardigden, bondsbestuur) en we ambiëren de doorontwikkeling van een duurzaam

Badminton Nederland, dat met een heldere gedeelde strategie de gedefinieerde punten aan de horizon gaat bereiken.

En, als die speerpunten onverhoopt verschuiven of veranderen, dan streven we ernaar dat we slim bijsturen. Door middel van **consensus** maar ook op basis van **constructieve kritiek**.

Immers, de wereld draait sneller dan ooit, de samenleving functioneert dynamischer en hectischer zoals nooit eerder en al onze potentiële klanten (van verenigingen tot aan individuele badmintonliefhebbers) zijn kritischer dan ooit.

Om tot op het hoogste niveau effectief te kunnen inspelen op al deze **maatschappelijke veranderingen**, is het nodig om draagvlak te creëren binnen onze eigen organisatie, Badminton Nederland.

Een topmarketeer zou zeggen: *'Alle neuzen dezelfde kant op!'*

Vanuit het bondsbestuur hebben we daarom 5 speerpunten gedefinieerd t.w.

1. Communicatie (pagina 5)
2. Marketing (pagina 7)
3. Ledenbehoud (pagina 8)
4. Nieuwe verdienmodellen (pagina 9)
5. Bestuurlijke vernieuwing (pagina 10)

Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

Wat verstaan wij onder een speerpunt?

Een speerpunt is een aandachtspunt mét ambitie, gekoppeld aan doelstellingen. Een speerpunt vraagt dus om **concrete acties, handelingen en daadkracht**.

Uiteraard blijven de kerntaken zoals onder andere **topbadminton, wedstrijd zaken en verenigingsondersteuning** etc., onverminderd op onze radar; deze verdienen vanzelfsprekend ook voortdurende aandacht (door middel van activiteiten, dialoog, discussie en debat) maar op de genoemde speerpunten willen we concreet **elke dag, elke week, elke maand, het hele jaar** de nadruk leggen.

Want, We Love Badminton!

Waarom deze speerpunten?

De buitenwereld is ongekend in beweging. Consumenten maken op een geheel andere wijze keuzes in vergelijking met 5 tot 10 jaar geleden.

Natuurlijk spelen technologische ontwikkelingen hier een grote rol in, maar er is feitelijk ook meer te kiezen. Consumenten switchen makkelijker.

Succesvolle bedrijven in het bedrijfsleven weten daar goed op in te spelen. Kijk maar eens naar Coolblue; **alles gaat om de glimlach van de klant**. Je hebt het ongetwijfeld recentelijk in het nieuws gezien; nu levert Coolblue zelfs ook de monteurs die de wasmachine niet alleen afleveren maar ook werkend achterlaten. Het gemak dient de klant.

En dan hebben we het nog niet eens gehad over levertijden in de online business; de tijd tussen het moment van bestellen en de tijd van afleveren wordt steeds korter.

In Engeland kun je al vanaf je mobiele telefoon (!) een BMW (!) configureren en bestellen! En wat te denken van commercieel vaardige ondernemers die door middel van een slimme app eenzame mensen met een rollator bij elkaar weten te brengen. Wie had een paar jaar

geleden gedacht dat dit niet slechts een droombeeld zou zijn?

De consument raakt 'verwender' en wordt door de vele informatieprikkels op een geheel andere wijze geïnspireerd.

'Iedereen in Nederland die we willen interesseren voor onze badminton sport, is een consument.'

'Met het daarbij behorende consumentengedrag'

De consument heeft zich door al deze ontwikkelingen aangepast in zijn gedrag en dus in zijn keuzes; deze wil **snelheid, excellente service**, deze eist **goede communicatie** en een product of dienst dat **naadloos aansluit** bij zijn wensen en behoeften.

Willen wij Badminton Nederland vergelijken met een commerciële organisatie?

NEE en JA...

NEE,

Badminton Nederland is en blijft een sportbond, die zijn kerntaken blijft uitvoeren en die onverminderd en onverdeeld blijft staan waarvoor ze ooit is opgericht: **het promoten van de badminton sport in Nederland en het ondersteunen van al die prachtige verenigingen in Nederland** die het op lokaal en regionaal niveau doen. Daarnaast is Badminton Nederland een toegankelijke en benaderbare organisatie; dat zal zo blijven!

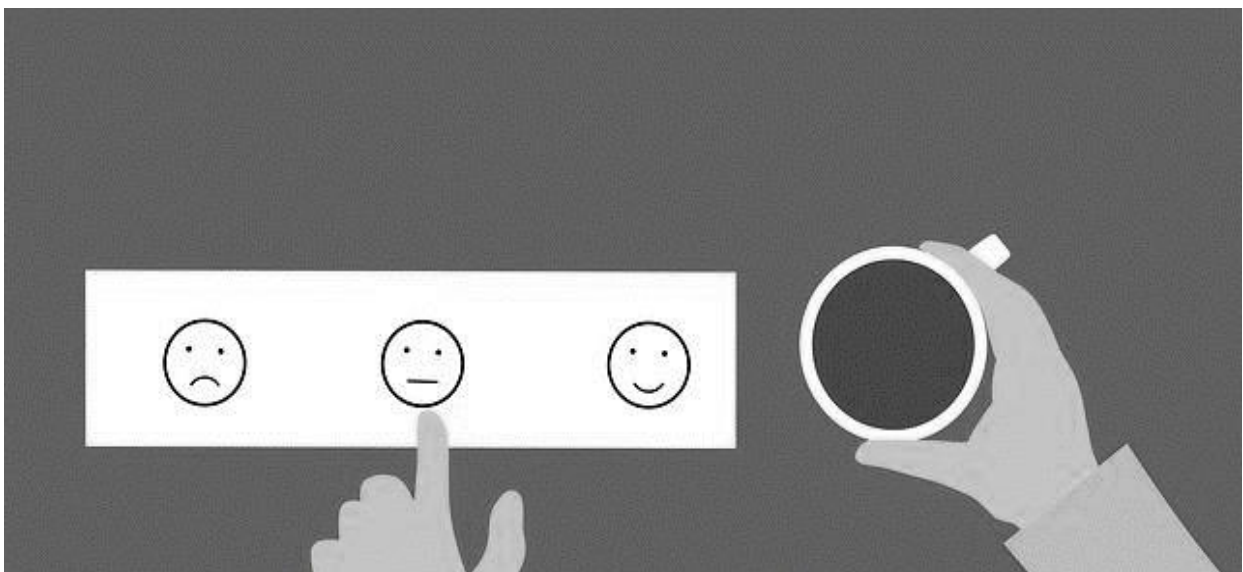
Badminton Nederland doet het samen met anderen! Met jou!

JA,

Badminton Nederland gaan we tegelijkertijd **wel** vergelijken met al die (commerciële) succesvolle organisaties in het bedrijfsleven simpelweg omdat er een overeenkomst is: **wij – Badminton Nederland – bedienen diezelfde consument**. We hebben het dus over onze potentiële en bestaande klanten, die ook gewoon consumenten zijn en gebruik maken én profiteren van al die ontwikkelingen in de markt die er zijn.

Die een beetje verwend zijn geraakt, die een andere mindset hebben ten opzichte van een paar jaar geleden. Die consumenten die snelheid, excellente service en goede communicatie waarderen én op zoek zijn naar producten en diensten die aansluiten bij hun behoeften. Die anno 2018 – en ook in de komende jaren – gewoon géén genoeg meer nemen met minder!

Dus JA, we gaan (!) ook echt op die wijze naar de markt kijken.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

Wendbaar, Weerbaar, Waardevol

Badminton Nederland heeft vijf inhoudelijke speerpunten benoemd; precies daarom zijn we een wendbare, weerbare en waardevolle organisatie.

- **Wendbaar** omdat we ons onverminderd, snel, efficiënt en effectief aanpassen aan de continu veranderende buitenwereld. Wendbaar zijn we omdat we onder-nemend denken en handelen.
- **Weerbaar** omdat we soepel, oprecht, met open vizier en uitnodigend omgaan met kritische noten vanuit de organisatie zelf, de verenigingen, individuele badmintonliefhebbers of vanuit de markt. En, die feedback oppakken, oplossen of met goede argumenten nuanceren. We luisteren naar wat ons verteld wordt en we gaan aan de slag met wat de klant wil. We zijn er voor elkaar.
- **Waardevol** zijn en blijven we als we *wendbaar en weerbaar* zijn. Als we waardevol zijn, kunnen we door het bieden van kwalitatief hoogwaardige dienstverlening met z'n allen het verschil maken; we brengen daardoor onze missie en visie succesvol in de praktijk. We leggen de basis voor groei voor onze fantastische badmintonsport in Nederland. Badminton staat weer op de kaart.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

De speerpunten nader uitgelegd:

1. SPEERPUNT COMMUNICATIE

Een professionele sportbond communiceert 365 dagen per jaar. Communicatie stopt nooit. Communicatie is een heel ruim begrip. We onderscheiden interne en externe communicatie, waarbij **externe communicatie** in te delen valt in organisatiecommunicatie en marktcommunicatie. Het speerpunt communicatie beperkt zich tot de marktcommunicatie. De interne en organisatie communicatie valt uiteraard onder onze reguliere kerntaken. Het bondsbestuur kiest voor de volgende aandachtsgebieden met betrekking tot de communicatie:

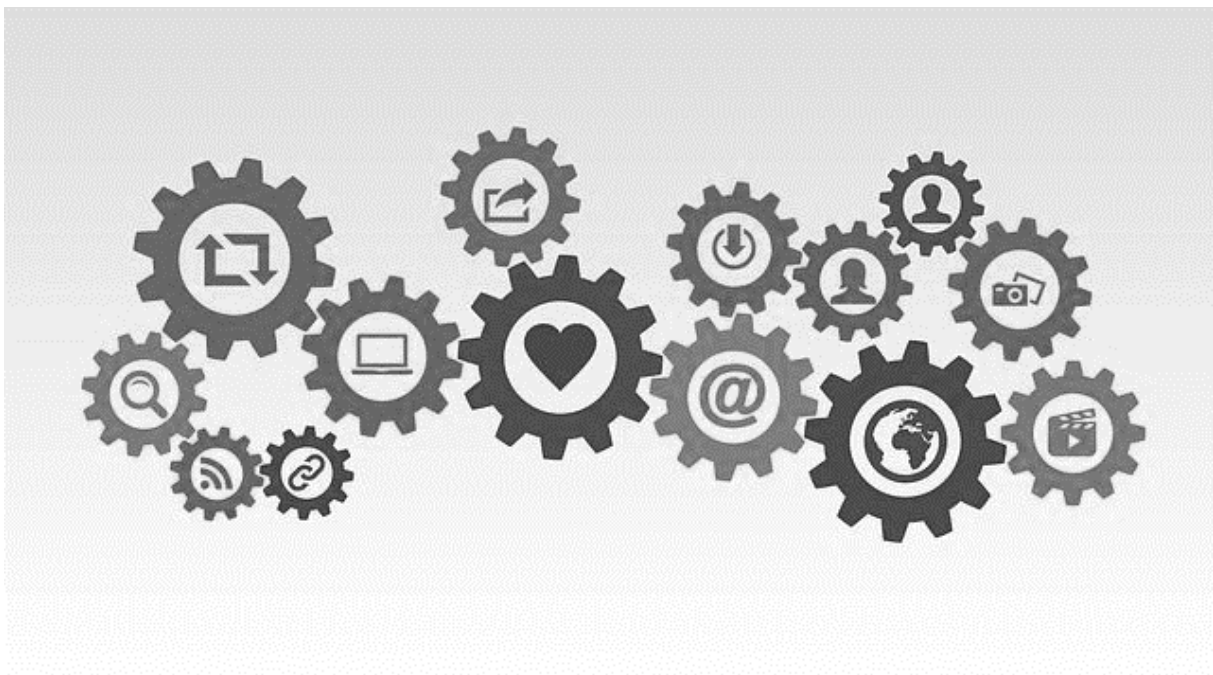
- 1) Communicatie met de individuele leden;
- 2) Communicatie met de badmintonverenigingen in Nederland;
- 3) Communicatie met de ongebonden sporter.

Onze doelen binnen al deze aandachtsgebieden:

- 1) Promotie van badminton;
- 2) Het vergroten van de fanbase;
- 3) Promotie van evenementen;

Voorwaarde voor succes: binnen alle lagen van de organisatie alle neuzen dezelfde kant op!

Het bondsbestuur is er van overtuigd dat het fundament van **goede en effectieve communicatie** haar startpunt vindt in een **gezonde bedrijfscultuur**. Deze vertelt waar wij voor staan en hoe we ons gedragen op basis van **fundamentele kernwaarden** die in alle geledingen van onze organisatie terug te vinden zullen zijn.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

Door middel van een communicatieplan (*dat nooit in beton is gebeiteld, maar altijd zeer dynamisch is*) gaan we de gekozen doelgroepen benaderen, met onze boodschap.

Met name op frequentie en regelmaat, tone-of-voice, kwaliteit van het beeldmateriaal, monitoring en bijstelling, gaan we scherp inzetten. Tevens zullen in dit plan de kernwaarden beschreven worden.

Doelstelling voor het jaar 2019

Het uitvoeren van het communicatieplan.

Het communicatieplan omschrijft concrete acties die **tot en met 2020** worden ingezet.

Het plan is in het najaar 2018 gereed.

'Succesvolle communicatie is weten hoe de kwaliteit van je ideeën in de huidige dynamische informatie- en kennissamenleving, je waarde bepaalt. En, hoe je daarover vertelt'



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

2. SPEERPUNT MARKETING

Er is een marketingplan geschreven dat heldere handvatten biedt waardoor we met z'n allen ons verhaal beter kunnen vertellen. Wij vinden badminton een fantastische sport. Het is leuk om te spelen en om naar te kijken. Echter, niet iedereen heeft dit beeld. Daarom is het van groot belang dat we een duidelijke marketingstrategie formuleren en dat we daarbij heldere keuzes maken in de proposities die we aan de markt voorleggen.

We zijn ervan overtuigd dat deze gehele strategie in de volledige organisatie kan

worden ingebed. Iedereen zal in staat zijn om het badmintonverhaal te vertellen.

Een belangrijke keuze is dat we ons ook richten op de individuele badmintonspeler. Hoe beleeft men de badminton-sport eigenlijk?

En, kunnen we daar op inspelen?

Immers, de recreatieve speler behoort ook tot onze doelgroep. Net zoals de ambitieuze competitiespeler.

Dit alles laat zich samenvatten in de strategie 'Van Camping Tot Kampioen!'

Er zijn vijf merkwaaarden die onze badminton-sport onderscheidt van andere sporten (en die gaan we dus uitdragen):

- 1) Snelste racketsport ter wereld;
- 2) Laagdrempelig;
- 3) Gezelligheid (familiesport);
- 4) Explosief en Intensief;
- 5) Grote beleving.

De belangrijkste doelstellingen van het marketingplan:

- 1) Het vergroten van het marktaandeel van Badminton Nederland;
- 2) Het versterken van de directe interactie met de badmintonspelers en de fans;
- 3) Het vergroten van de exposure van de sport.

Het marketingplan omschrijft concrete acties die **tot en met 2020** worden ingezet. Het plan is begin september gereed.

Doelstelling voor het jaar 2019:

Het uitvoeren van het marketingplan.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

3. SPEERPUNT LEDENBEHOUD

Ons algemene doel is om onze badmintonverenigingen in Nederland te helpen bij het verlagen van het ledenverloop. Het spelen van badminton in verenigingsverband biedt vele voordelen. De focus richt zich dus op het behouden van leden bij de aangesloten badmintonverenigingen.

Badminton Nederland heeft talloze producten en diensten 'op de plank' liggen om verenigingen daarbij te ondersteunen.

Dit varieert van hulp bij het doen van onderzoeken binnen een vereniging tot aan hele praktische toolkits en

programma's die makkelijk operationeel kunnen worden ingezet.

Tevens wordt er advies op maat geleverd. We willen verenigingen nog bewuster maken van het feit (en de mogelijkheden) dat we er voor elkaar zijn. De werkorganisatie biedt vele producten en diensten, voor allerlei verschillende verenigingsvraagstukken en -uitdagingen, waar verenigingen gewoon gebruik van kunnen maken.

Het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten maar vooral het inzetten ervan zit in onze core business.

Om de afname van onze diensten en producten te verhogen ambiëren we een aantal praktische acties ten behoeve van de zogenaamde Lessons Learned:

- 1) We willen in gesprek met de top 25-verenigingen in Nederland die in 2017 het grootste ledenverloop hadden.
- 2) Ten behoeve van het ledenbehoud gaan we actief op zoek naar badmintonverenigingen die aanvullende acties (willen) ondernemen op ledenbehoud.

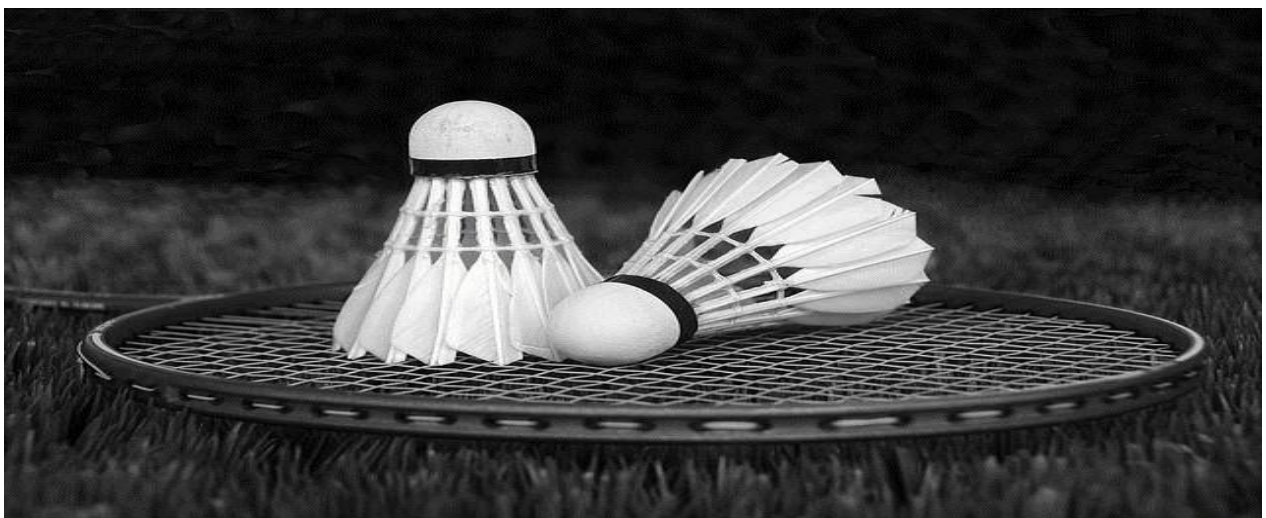
Hoe gaan we inspireren? Hoe laten we de verenigingen elkaar inspireren?

De drie meest succesvolle initiatieven worden gedeeld op:

- 1) Bondsvergadering;
- 2) Regiovergadering;
- 3) Prominent op website, Sociale media en via mailings gedeeld.

Doelstelling voor het jaar 2019:

Badminton Nederland ondersteunt 5 verenigingen met acties ten behoeve van ledenbehoud.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

4. SPEERPUNT NIEUWE VERDIENMODELLEN

Op de jaarvergadering van Badminton Nederland in het jaar 2020 komt het bestuur met een advies ten aanzien van een nieuwe contributiesystematiek binnen een nieuw te ontwikkelen verdienmodel.

Uiteraard zullen alle gedachten – die ontstaan gedurende dit proces - elke keer weer worden getest op de praktische uitvoerbaarheid en de financiële stabiliteit van de organisatie als geheel.

De allerbelangrijkste definitieve afwegingen:

- 1) We denken en handelen ondernemend;
- 2) We zijn en blijven een bond (er wordt niet getornd aan onze kerntaken);
- 3) We gaan uit van het solidariteitsprincipe;
- 4) We zijn gericht op het belang van de verenigingen;
- 5) We zijn gericht op het belang van de badmintonsport als geheel.

De weg naar het presenteren van nieuwe verdienmodellen voor de badmintonsport in Nederland, is intussen ingezet.

We hebben het binnen dit speerpunt over de volgende thema's waarmee werkgroepen aan de slag zijn.

- 1) Nieuwe verdienmodellen;
- 2) Loyalty;
- 3) Wedstrijdaanbod in relatie tot lidmaatschap;
- 4) Samenwerking met andere aanbieders / relatie met 'grijze' leden.

De werkgroepen bestaan in principe uit bondsbureaumedewerkers, experts, bij voorkeur afgevaardigden en waar nodig / waar van toepassing ook bondsbestuursleden. De werkgroepen hebben alle vrijheid in het creatief denken en het formuleren van een eigen opdracht, binnen de kaders van de doelen het project.

Voor de bezetting van de werkgroepen wordt gezocht naar enthousiaste en gemotiveerde vrijwilligers, die in staat zijn om visie te ontwikkelen, strategisch kunnen denken, onafhankelijk kunnen zijn, en vooral ook ondernemend kunnen handelen.

Het doel is om volstrekt verrassende en nieuwe ideeën te genereren die compleet nieuw zijn maar wel passen in het huidig tijdsbestek.

De bottomline?

Geen enkel idee is gek genoeg.

Doelstelling voor het jaar 2019:

Zie het projectplan verdienmodellen.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

5. SPEERPUNT BESTUURLIJKE VERNIEUWING

Bestuurlijke continuïteit is van groot belang voor een sportbond die wil meetellen die onverminderd betekenisvol zijn voor de verenigingen, de individuele sporters en alle andere stakeholders.

Er is daarom een werkgroep '**Bestuurlijke Kweekvijver**' in het leven geroepen waaruit een aantal aanbevelingen naar voren is gekomen om potentieel bestuurlijk talent voor de toekomst binnenboord te houden en op een gegeven moment ook in te zetten.

Er zijn aandachtspunten benoemd binnen het proces van bestuurlijke vernieuwing:

1) **Verenigingsondersteuning**

Zo kunnen we bijvoorbeeld een jaarlijks congres organiseren voor iedereen binnen de badmintonwereld en een prikkelend programma samenstellen. Verenigingsondersteuning wordt een feestje met seminars, promotiewedstrijden, kennissessies, workshops e.d. Het congres en andere bijeenkomsten bieden daarom een ultieme netwerkfunctie om talenten in de kweekvijver te leren kennen!

2) **Communicatie**

We gaan duidelijk en doelgericht aan de buitenwereld vertellen hoe leuk het is om een functie te hebben binnen de organisatie van Badminton Nederland. We gaan ook zeker in gesprek met de criticasters op basis van één grote gemene deler: **We Love Badminton**. Dit vraagt dus om een lobbystrategie.

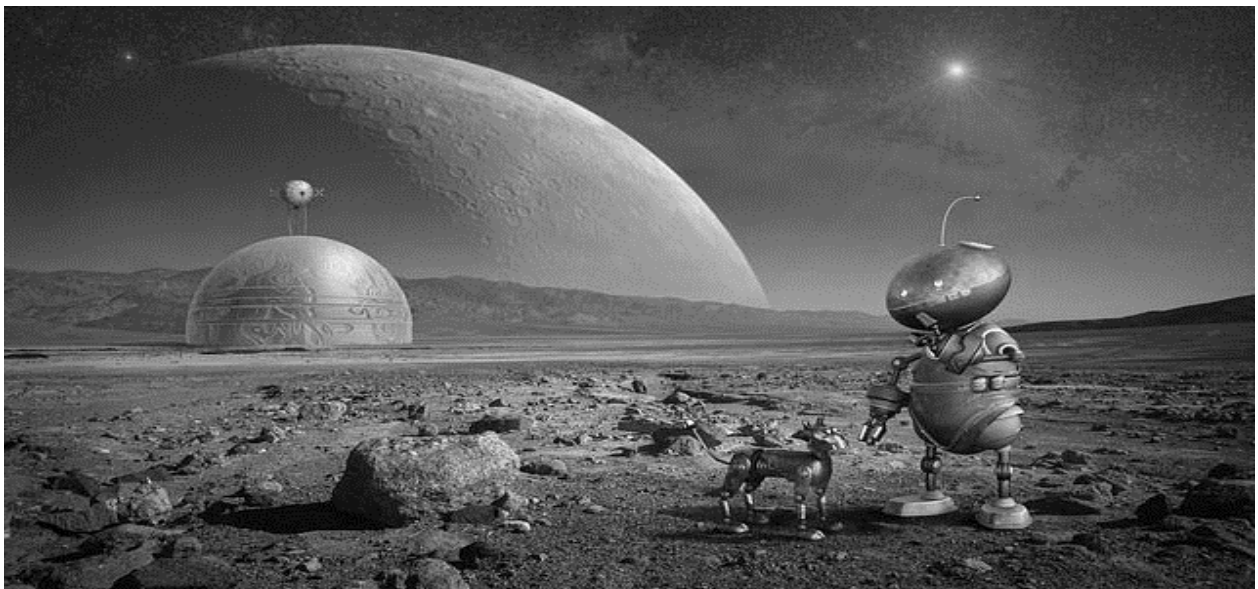
3) **Organisatie**

T.a.v. de aanbevelingen over organisatie

- De clustervorming doorzetten;
- Aanpassing van het aantal afgevaardigden aan aantal clusters;
- Duidelijke taken voor afgevaardigden;
- Aparte afgevaardigdenbijeenkomsten voor verzamelde ideeën en voorstellen;
- Creëer grotere betrokkenheid bij potentiële bestuurders;
- We starten met het oprichten van een werkgroep.

Doelstelling voor het jaar 2019:

Naar aanleiding van het traject voor het vergroten van onze bestuurlijke kweekvijver zal het vervolg voor 2019 bepaald en uitgevoerd worden.



Wendbaar + Weerbaar = Waardevol

Badminton Nederland wil van betekenis zijn voor iedereen, die de badmintonsport een warm hart toedraagt. Dat kan echter alleen als we met z'n allen **wendbaar en weerbaar** zijn. De optelsom leidt tot het succescredo van een **waardevolle** organisatie.

Wij gaan voor de succesfactoren uit dit voorstel!

Doe je mee?



Wendbaar

Weerbaar

Waardevol

Wendbaar + Weerbaar = Waardevol