

**Meerjarenbeleidsplan 2005 - 2008**

**KNAS**

**November 2004**

## **Inhoud**

1 Korte inleiding

2 Missie

3 Doelen

4 Externe analyse

5 Interne analyse

6 Strategie

7 Communicatie en PR

8 Conclusies

## 1 Korte inleiding

Het gaat goed met het schermen in Nederland. Op alle fronten. Het aantal schermers groeit, het aantal bondsleden groeit, voor het eerst in jaren had Nederland een deelnemer op de Olympische Spelen, Nederland telt een aantal getalenteerde topsporters, de bondsorganisatie is geprofessionaliseerd: ergo veel om tevreden mee te zijn.

Bijzonder is dat dit gebeurt in een tijd van forse economische tegenwind, bezuinigingen alom, felle stijf om weinig geld.

Alle reden om vast te stellen dat de schermsport bijzonder vitaal is en dat juist nu de stijgende lijn moet worden vastgehouden, zodat zodra de opgaande lijn gevonden wordt de schermsport optimaal kan profiteren en de vruchten kan plukken van zorgvuldig uitgestippeld beleid.

In deze planningsronde gaat het de facto om de plannen voor topsport en breedtesport, daar kan geen misverstand over bestaan. Deze plannen dienen echter niet op zichzelf te staan, maar beschouwd te worden in een breder strategisch kader. Dit bredere kader treft u in dit stuk. Dit plan is bewust kort en puntig gehouden, het dient de kapstok te zijn voor de bovengenoemde plannen en, eerlijk gezegd, de aandacht niet teveel af te leiden.

Indien de auteurs erin slagen aan te geven wat het ambitieniveau van de KNAS is en hoe de KNAS die ambities wil bereiken dan is de opzet met betrekking tot dit plan geslaagd.

Nu de uitvoering nog.

## 2 Missie

Nederland laten schermen: veel, vaak, lang, goed en met plezier

### **Toelichting**

We willen graag veel schermers, ook al zal schermen nooit volkssport nummer 1 (of 5) worden.

We willen graag dat mensen vaak schermen, dat is goed en gezond.

We willen graag dat mensen lang schermen, dat kan op verantwoorde wijze, tot op hoge leeftijd.

We willen graag dat mensen goed schermen, niet alleen in de top -die Olympische medailles moet halen-, maar ook in de breedte.

We willen graag dat mensen schermen op plezierige, gezonde en stimulerende wijze.

### 3 Doelen

De KNAS heeft zich de volgende concrete doelen gesteld voor 2008

- 3500 KNAS-leden (heden bijna 2591; 15 mei: 2324)
- 75 verenigingen (nu 67)
- 3 tot 8 schermers naar de Spelen van 2008
- 15 nationale wedstrijden per jaar per wapen
- Forse groei goed opgeleid kader

#### *Toelichting*

##### **3500 KNAS-leden**

De KNAS heeft jarenlang gestreden om de grens van 2500 leden te bereiken. Dat lukte heel lang niet. Een dieptepunt was het jaar 2002 waarin het ledenaantal daalde tot onder de 2000. Sinds enige tijd groeit het ledenaantal echter snel. Eind 2003 had de KNAS nog 2297 leden, tijdens de ALV op 15 mei 2004 waren het er 2324 en deze zomer zijn we dan eindelijk de grens van 2500 gepasseerd. Heden telt de KNAS 2591 leden. Een werkelijk opmerkelijke groei. Als de groei zich in dit tempo door zou zetten dan is het aantal van 3500 leden eerder te laag dan te hoog gegrepen. Toen dit doel eind april gesteld werd leek het echter nog tamelijk ambitieus.

##### **75 verenigingen**

Omdat verenigingen een beperkte absorptiemogelijkheid hebben wegens maximale groepsomvang en beperkingen in het aantal lesmomenten, moet het aantal verenigingen worden uitgebreid om groei mogelijk te maken.

##### **3 tot 8 schermers naar de Olympische Spelen**

Volgens de KNAS bestaat voldoende potentieel om dit doel te halen. Zie Topsportbeleidsplan 2005-2008.

##### **15 wedstrijden per jaar per wapen**

Een sporter moet zich voldoende vaak in competitieverband kunnen meten. Op dit moment bestaan onvoldoende mogelijkheden en is de beginnende wedstrijdssporter al snel aangewezen op het buitenland. Hier moet snel wat aan gebeuren.

##### **Forse groei goed opgeleid kader**

Een weinig exact doel, omdat de inventarisatie en de capaciteitsberekeningen nog niet zijn afgerond. Duidelijk is wel dat een groei van het aantal goede leraren, zaalassistenten en scheidsrechters noodzakelijk is om al die nieuwe schermers op te vangen en te begeleiden.

## 4 Externe analyse

Het is koud buiten, figuurlijk gezien.

De economie stelt de laatste tijd weinig voor. Nederland kent nauwelijks groei in productiviteit.

Het kabinet bezuinigt dat het een lieve lust is, behalve op ambitieuze infrastructurele projecten en op defensieopdrachten aan de VS. Het peil van het Nederlands onderwijs behoort tot het laagste in Europa, de gezondheidszorg is van een bedroevend niveau, de overheidsuitgaven aan cultuur zijn ver lager dan gemiddeld, op de sport is de laatste jaren fors gesnoeid, de maatschappelijke onrust is groot en de burger voelt zich onzeker en onveilig.

Voor de rest is alles kits.

In deze omstandigheden werken wij aan 'het vergroten van het marktaandeel van sport' in het algemeen en dat van schermen in het bijzonder.

Wij moeten de mensen losscheuren van de verrekijkbuis, de looper op trekken, een masker opzetten en lekker laten schermen.

Dat is voorwaar niet eenvoudig.

Maar het kan.

### **De lichtpunten**

Sport heeft een ander aanzien gekregen, de maatschappelijke rol van sport verandert in het voordeel van de sport.

Nederland heeft altijd een hoge organisatiegraad en veel vrijwilligers gekend en daarom kan met weinig middelen veel worden bereikt.

Bedrijven organiseren steeds meer 'uitjes' met een sportief karakter en een dagje schermen is een populaire keuze. Veel meer mensen dan in het verleden komen hierdoor in contact met schermen.

De wat chique, elegante uitstraling van het schermen zit de sport nu minder dwars dan enkele jaren geleden.

Schermen krijgt meer 'exposure' in de pers dan voorheen en die exposure is vaker positief.

## 5 Interne analyse

### **Groei ledenaantal moet**

Het ledental van de KNAS is eenvoudigweg te laag. Om als bond enigszins serieus mee te tellen, dient een aanzienlijk hoger ledental te worden bereikt. In het verleden zijn veel subsidies gemist omdat kritische grenzen niet werden bereikt. Dat niveau moet de KNAS structureel ontstijgen.

### **KNAS slaagt er onvoldoende in meerwaarde over te brengen**

Het geringe aantal leden is niet alleen te wijten aan het geringe aantal schermers. Behoorlijke aantallen schermers zijn namelijk wel actief als schermer, maar niet aangesloten bij de bond. Ze 'proberen het eerst een tijdje' om te kijken of het bevalt, weten eigenlijk niet of en waarom het lidmaatschap van de KNAS noodzakelijk is, de schermleraren willen nieuw potentieel niet afschrikken, de sport heeft al het imago duur te zijn, .... om een lang verhaal kort te maken: een fors aantal schermers is niet aangesloten bij de bond. Dit komt voornamelijk omdat deze schermers geen wedstrijden schermen (dan is lidmaatschap immers verplicht) en omdat schermers onvoldoende duidelijk is wat het lidmaatschap van de KNAS aan meerwaarde biedt. Dit is om twee redenen een zeer kwalijke zaak. Ten eerste dat de KNAS misschien te weinig biedt en ten tweede dat onbekend is wat de KNAS dan wel biedt.

### **KNAS moet dienstverlenend en servicegericht zijn**

De KNAS heeft nog teveel het imago van een controlerend, regelgevend instituut. De KNAS kan sancties opleggen en wedstrijden verbieden, etc. Dit is al enige tijd aan het veranderen en verbeteren, maar er moet nog heel veel gebeuren. De KNAS moet wel als een autoriteit worden gezien, maar tegelijkertijd als faciliterend, servicegericht, noodzakelijk, hard werkend, verstandig, eerlijk en toch (ook financieel) handig.

### **Behoeft aan kader en opleidingen**

Niet alleen is de behoefte aan nieuw kader enorm, de behoefte aan frequent gegeven opleidingen van niveau is ook groot.

Er zijn te weinig scheidsrechters, zaal-assistenten en schermleraren.

Inmiddels is gestart met de ontwikkeling en implementatie van nieuwe opleidingen, maar de achterstand is voorlopig nog niet ingelopen.

### **Behoeft aan recreatiewedstrijden**

Het wedstrijaanbod is te gering. Topsporters hebben een volle internationale kalender, maar voor de recreatieschermer en de nationale wedstrijschermer zijn er te weinig toernooien. Sporters moeten zich frequent met anderen kunnen meten, op alle wapens, op alle leeftijden.

### **Meer aanbod voor de jeugd**

Het is goedkoop om te stellen, maar de jeugd heeft inderdaad de toekomst. Jeugdwedstrijden verdienen speciale aandacht. Door de verschillende leeftijdsgroepen en doordat op drie wapens wordt geschermd is dit niet eenvoudig, maar zeker wel mogelijk. Het is zonder twijfel een sine qua non.

## 6 Strategie

### Inleiding

De kernelementen van dit strategisch plan, de punten die ook het relevantst zijn in het kader van deze subsidieaanvraag zijn uiteraard die, die handelen over breedtesport en topsport. Deze plannen zijn in detail uitgewerkt en bijgesloten bij dit plan op hoofdlijnen.

Resteren een paar elementen die in dit stuk uit de verf moeten komen. Deze zijn als volgt benoemd:

- Positionering en imago KNAS
- Organisatie-ontwikkeling

Ten behoeve van de leesbaarheid enkele korte regels over topsport en breedtesport.

### Topsport

De KNAS zal zwaar inzetten op talentherkenning. Daarnaast zal veel meer worden gekeken naar de ontwikkeling van de topsporter dan naar het niveau zelf. We zullen inzetten op vroege herkenning en het belonen, steunen en bestendigen van vooruitgang.

Zoals al vaak is opgemerkt is het bereikte niveau een minder grote voorspeller van succes dan de snelheid van de vooruitgang waarmee dat niveau werd bereikt.

### Breedtesport

Op het gebied van de breedtesport zal vooral gewerkt worden aan de zwaktes die uit de interne analyse naar voren kwamen.

Opleiden en verbeteren van kader. Meer kader.

Meer wedstrijden voor alle leeftijden, speciale aandacht voor de jeugd.

Ontwikkelen van de infrastructuur zodat de schermwereld de groei ook daadwerkelijk kan verwerken. Wees voorbereid op succes!

### Positionering en imago KNAS

Door anders te handelen, maar ook door anders te communiceren moet in de aanstaande vier jaar het imago van de KNAS danig veranderen.

Elk KNAS-lid, elk bij het schermen betrokken persoon zal over vier jaar moeiteloos moeten kunnen opdreunen wat de voordelen zijn van het lidmaatschap van de KNAS, wat de KNAS zoal doet en waar ze de KNAS kunnen bereiken.

Veel impulsen zullen uitgaan vanuit het topsport- en breedtesportbeleid. Verder zullen de volgende gebieden worden aangepakt:

- Doelgroepenbeleid
- Communicatie en PR
- Sponsorwerving, en -ondersteuning

### Doelgroepenbeleid

Tot op heden heeft de KNAS waar het haar marketingactiviteiten en communicatie betref onvoldoende in doelgroepen gedacht.

Wij kunnen bijvoorbeeld onderscheiden:

- verenigingen

- topsporters
- recreatieschermers
- nog niet schermers

Maar ook deze groepen zijn gemakkelijk weer op te splitsen in relevante doelgroepen:

*verenigingen*

- grotere verenigingen met financieel afhankelijke leraar
- studentenverenigingen
- traditierijke blijvers
- jonge starters
- bewust kleinschaligen

*topsporters*: te splitsen op geslacht, wapen, leeftijd, fase in de ontwikkeling.

*recreatieschermers*: jeugd, veteranen, nationale wedstrijdschermers, etc.

*nog niet schermers*: op leeftijd (jeugd, studenten), op locatie (bestaan schermmogelijkheden in de buurt?), op gedrag (clinicbezoek)

Dergelijke opsplitsingen staan binnen het marketingbeleid van de KNAS nog in de kinderschoenen. Het gaat hier om zeer elementaire marketingstappen, stappen die echter in het verleden niet op een net georkestreerde manier zijn gezet. In de volgende vier jaren zal een marketing en communicatiebeleid voor deze doelgroepen worden opgezet, ingezet en worden volgehouden.

### **Organisatie-ontwikkeling**

De KNAS heeft de afgelopen jaren grote sprongen gemaakt waar het de professionaliteit van de organisatie betreft. De samenwerking met het bondsbureau van de Nederlandse Handboogbond mag zonder enige terughoudendheid een groot succes worden genoemd. Niet alleen vanwege kostenbesparingen. Ook op gebieden als ledenadministratie, financiële administratie, secretariaat en contacten met externe organisaties zijn we enorm vooruitgegaan.

Deze samenwerking is een prachtig voorbeeld van hoe met vernuft en inventiviteit ondanks beperkte middelen een groot rendement kan worden gehaald. Deze eigenschappen zal de KNAS, net als andere kleinere bonden, moeten blijven benutten om in roerige tijden niet alleen te overleven, maar zelfs sterker te worden en te groeien.

## 7 Communicatie en PR

Aansluitend op het vorige hoofdstuk is het natuurlijk noodzakelijk de inhoud van de communicatie, de vorm van de communicatie en het kanaal van de communicatie af te stemmen op de specifieke doelgroep. Dat is geen sinecure maar het is eerder gedaan en zeker niet onmogelijk.

Een aantal voorbeelden:

Het bondsblad zal veranderen. Naast de noodzakelijke bestuurlijke mededelingen zal bewust naar de doelgroepen worden gecommuniceerd.

De Internet-site zal een ingrijpende verandering ondergaan. Het statische mededelingenbord van vandaag zal in de komende jaren veranderen tot een dynamisch, onmisbaar onderdeel van de dialoog met ons publiek.

De pers, die op dit moment al redelijk goed wordt bediend, zal professioneler worden voorzien van achtergrondmateriaal.

De duizenden mensen die jaarlijks in contact komen met schermen via de zogenaamde schermclinics dienen makkelijker de stap naar een lidmaatschap en een actieve schermcarrière te kunnen maken. De KNAS moet en zal daarbij helpen.

De Nationale Kampioenschappen en andere grote toernooien moeten met recht goed georganiseerde events genoemd kunnen worden waar pers en publiek graag komen voor professioneel geboden spektakel, want laten we wel wezen, dat kan een goede schermfinale zonder twijfel zijn.

### **Sponsorwerving**

In 2003-2004 had de KNAS voor het eerst in lange tijd een sponsor. Deze sponsorde voor een bedrag van 5.000 euro.

In 2004 - 2005 heeft de KNAS een sponsor voor een bedrag van 15.000 euro. Deze opgaande lijn moet worden voortgezet.

Dat kan alleen als de KNAS wat te bieden heeft.

Internationale successen, exposure, goed georganiseerde events, een prachtig imago voor het schermen en een zeer professionele ondersteuning van de sponsor (denk aan het tellen van GRP's, knipseldiensten, hospitality lounges, advertentieruimte, TV minuten) zijn daarvoor onontbeerlijk.

In 2005 - 2008 zal deze infrastructuur goed onderhouden worden opgezet zodat sponsors professionele aanspreekpunten binnen de KNAS treffen en een opvolging die bij die professionaliteit past.

## 8 Conclusies

Ondanks moeilijke economische tijden, bezuinigingen en wat dies meer zij, ondanks het feit dat de KNAS absoluut nog niet is waar zij moet zijn, zijn er duidelijke positieve ontwikkelingen waar te nemen. Deze ontwikkelingen en het onmiskenbare optimisme in de schermwereld leiden tot het stellen van ambitieuze, maar ons inziens zeker haalbare doelstellingen. In dit plan, maar vooral in de deelplannen top- en breedtesport is aangegeven hoe de KNAS die doelen gaat bereiken. De doelen zijn helder en eenduidig verwoord. De KNAS is zoals dat in jargon heet 'accountable'. Dat wil de KNAS ook zijn. Sport is eenduidig en doorzichtig, laat sportbestuur dat ook maar zijn.